



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVATES
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
CURSO DE *DESIGN*

**BEM COLETIVO: PROPOSTA DE INTERFACE PARA
FERRAMENTA DIGITAL DE BUSCA E OFERTA DE
TRABALHO VOLUNTÁRIO COM FOCO NO *DESIGN***

Débora Seibert de Leão

Lajeado, junho de 2017

Débora Seibert de Leão

**BEM COLETIVO: PROPOSTA DE INTERFACE PARA
FERRAMENTA DIGITAL DE BUSCA E OFERTA DE
TRABALHO VOLUNTÁRIO COM FOCO NO *DESIGN***

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Centro de Ciências
Humanas e Sociais do Centro
Universitário UNIVATES, como parte dos
requisitos para a obtenção do título de
Bacharel em *Design*.

Orientador: Prof. Me. Rodrigo de
Azambuja Brod

Lajeado, junho de 2017

Débora Seibert de Leão

**BEM COLETIVO: PROPOSTA DE INTERFACE PARA
FERRAMENTA DIGITAL DE BUSCA E OFERTA DE
TRABALHO VOLUNTÁRIO COM FOCO NO *DESIGN***

A banca examinadora abaixo aprova a Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, no Curso de Graduação em *Design* no Centro Universitário UNIVATES, como parte da exigência para obtenção do grau de Bacharel em *Design*:

Prof^a. Ma. Raquel Barcelos de Souza
Centro Universitário Univates

Prof^a. Ma Silvia Trein Heimfarth Dapper
Centro Universitário Univates

Prof. Me. Rodrigo de Azambuja Brod
Centro Universitário Univates

Lajeado, junho de 2017

AGRADECIMENTOS

À toda a minha família, em especial à minha mãe, Silvia Regina Seibert, que sempre me incentivou a caminhar com as próprias pernas, mas com uma mão estendida caminhando ao meu lado; e em especial à minha irmã Maysa Seibert, por me ouvir incansavelmente.

Ao meu namorado, Bernardo Willrich, pela paciência, compreensão, companheirismo e, principalmente, pelas vezes em que abriu mãos dos seus próprios sonhos para dar passagem aos meus.

Aos mestres, pelos conhecimentos e valores compartilhados, em especial ao meu orientador e também coordenador de curso, Rodrigo de Azambuja Brod, pelas dicas e sugestões do meu TCCII, e, principalmente, por sempre propor uma nova forma de se enxergar o *design*, mostrando caminhos sem atalhos e instigantes na tentativa de fazer mais, melhor, e além; à prof. Thaís Carnieletto Müller pela orientação no TCCI; à prof. Elizete De Azevedo Kreutz por aceitar o convite e participar da banca com contribuições positivas na apresentação do TCCI; à prof. Raquel Barcelos de Souza pelos apontamentos na banca do TCCI e pela disponibilidade de fazer parte na banca de TCCII; à prof. Silvia Trein Heimfarth Dapper que sempre esteve à disposição quando dúvidas me surgiam ao longo do meu TCCI e pela disponibilidade para compor a banca para o TCCII; a todos os outros professores que contribuíram para a minha formação não só acadêmica, mas como pessoa.

Aos meus amigos, pelos momentos, bons e ruins, mas que me permitiram pegar fôlego para que eu chegasse até aqui; em especial às amigas Bruna Ellert, Luana da

Silva de Andrade, Mariana Heck Gonzalez e Rita Carolina Ellert que honraram a frase “me chama que eu vou”; aos meus colegas de trabalho, em especial ao Marcel Coutinho por sempre ter acreditado em mim até mesmo quando eu não acreditava;

Aos colegas formandos, pela união nas horas boas e nas horas ruins, principalmente nos minutos finais da entrega deste trabalho, compartilhando as dores e alegrias deste momento tão especial.

A todos, meu agradecimento!

RESUMO

Este trabalho busca propor uma ferramenta online que facilite e estimule a busca e oferta de trabalho voluntário na área do *design*. Para isto, fez-se um estudo bibliográfico mais aprofundado sobre o *design* no Brasil a fim de compreender de que forma esta atividade tem se relacionado no dia a dia das pessoas. O trabalho contempla ainda a experiência do usuário em conceitos, trazendo questões de ergonomia, *design* voltado ao usuário com princípios de usabilidade e interação de interfaces digitais e *design* voltado ao ser humano. O referencial também apresenta alguns dados e algumas colocações em relação ao voluntariado no Brasil e no *design*. Para se chegar ao resultado final deste trabalho, foram utilizados diferentes conceitos abordados ao longo do estudo, aliados a metodologia de Garret (2011) e IDEO (2017). A metodologia é dividida em 5 etapas, conforme proposto por Garret, sendo elas: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Essas etapas foram desenvolvidas ao longo de dois semestres acadêmicos, de forma que no primeiro semestre foram realizadas as etapas de estratégia e escopo, com o levantamento de dados, identificação de usuários, pesquisa bibliográfica sobre o assunto e listas de requisito de conteúdo e especificações funcionais. No segundo semestre foi realizado o complemento das etapas citadas anteriormente e o desenvolvimento das etapas de estrutura, esqueleto e superfície que resultou nas telas finais da interface criada.

Palavras-chave: *Design*. *Design* social. Voluntariado. *Design* centrado no ser humano

ABSTRACT

This research aims to propose an online tool that facilitates and stimulates the search for volunteer work in the area of design. In this regard, a more detailed bibliographic study about the design in Brazil was sought in order to understand how this activity has been related to the routine of people. The study also covers user experience through concepts, bringing ergonomic issues, user-centered design with usability principles and interactions of digital interfaces and design aimed at the human being. The reference tool also presents some data regarding volunteering in Brazil and in design. In order to arrive at the final result of this work, different concepts were used throughout the study, allied to the methodology of Garret (2011) and IDEO (2017). The methodology is divided in 5 steps, as proposed by Garret. They are as follow: strategy, scope, structure, skeleton and surface. These stages were developed over two academic semesters. In the first one the strategies and scope stages were carried out with data collection, user identification, bibliographic research on the subject and content requirement lists and functional specifications. In the second one, the complement of the previously mentioned stages was performed and the development of structure, framework and surface that resulted in the final screens of the created interface.

Keywords: Design. Social Design. Volunteering. Human-centered design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Anúncio publicitário do carro <i>design</i>	24
Figura 2 - Resenha do carro pelo <i>site</i> WebMotors	24
Figura 3 - Resenha do carro pelo <i>site</i> Auto Entusiastas	25
Figura 4 - Hierarquia de informações dividida em níveis	31
Figura 5 - Ações óbvias e que requerem esforço.....	36
Figura 6 - Aspectos desejáveis e indesejáveis na experiência do usuário.....	37
Figura 7 - Jogo de aplicativos móveis que mostra o uso de cores e ícones	38
Figura 8 - Metodologia do <i>design</i> centrado no ser humano pela IDEO	40
Figura 9 - <i>Clean Team</i> , projeto desenvolvido pela IDEO	41
Figura 10 - Funcionamento do projeto <i>Clean Team</i>	41
Figura 11 - <i>Hippo Roller Water Project</i>	42
Figura 12 - Antes e depois de um projeto feito por <i>Design 4 dignity</i>	46
Figura 13 – As 5 etapas de Garret	47
Figura 14 - Elementos da experiência do usuário	48
Figura 15 - Metodologia da IDEO combinada com de Garret.....	50
Figura 16 - Diagrama de Venn	55
Figura 17 - <i>Wireframes</i> criados de forma manual	56
Figura 18 - <i>Wireframe</i> criado em apenas uma cor e suas tonalidades	57
Figura 19- Participante realizando <i>cardsorting</i> de modelo aberto	59
Figura 20 - Protótipo montado para teste de validação.....	62
Figura 21 – Página inicial do <i>site</i> Irlanda voluntária	64
Figura 22- Fluxograma do <i>site</i> Irlanda Voluntária.....	65
Figura 23 - Resultados da pesquisa por oportunidades em <i>design</i>	66
Figura 24 – Tela inicial do <i>site</i> Voluntários das Nações Unidas	67

Figura 25 – Captura da tela da área com as oportunidades conforme interesse	68
Figura 26 - Fluxo de ações do <i>site</i> voluntários das Nações Unidas	69
Figura 27 - Tela inicial do <i>site</i> Adote um briefing por um dispositivo móvel	70
Figura 28 - Espaço para adoção de briefing do <i>site</i>	71
Figura 29 - Fluxograma de ações do <i>site</i> Adote um Briefing	71
Figura 30 - Página inicial do <i>site</i> Busca Voluntária	72
Figura 31 - Fluxograma do <i>site</i> Busca Voluntária	73
Figura 32 - Especificações funcionais	85
Figura 33 - Requisitos de conteúdo	86
Figura 34 - Requisitos de conteúdo agrupados conforme similaridade	88
Figura 35 - Requisitos de conteúdo agrupados e colocados em níveis	89
Figura 36 - Fluxograma de arquitetura final	89
Figura 37 - Diagrama de Venn representando os cenários	90
Figura 38 - Geração de alternativas para o nome do projeto	91
Figura 39 - <i>Wireframes</i> desenvolvidos de forma manual	92
Figura 40 - Exemplo de modificações feitas na construção dos <i>wireframes</i>	93
Figura 41 - Telas de <i>wireframes</i> simulando jornada de um usuário voluntário	94
Figura 42 – Apresentação dos <i>wireframes</i> em formatos diferentes de tela	94
Figura 43 - Modelo de 3 cartões aplicados no <i>cardsorting</i>	95
Figura 44 - Quadro com agrupamento das categorias conforme cartões	96
Figura 45 - Quadro com as categorias agrupadas e suas atividades	97
Figura 46 - Conceito da identidade visual expresso em símbolos	98
Figura 47 - Geração de alternativas para logotipo	99
Figura 48 - Construção do logotipo	100
Figura 49 - Paleta de cores	101
Figura 50 - Resultado final do logotipo com o uso das cores	101
Figura 51 - Símbolos criado para o <i>site</i>	102
Figura 52 - Simulações de materiais com a identidade visual	103
Figura 53 - Tipografia escolhida: UBUNTU	103
Figura 54 - Apresentação da tela inicial	105
Figura 55 - Busca por voluntários conforme habilidade	106
Figura 56 - Processo de recrutamento de usuário	107
Figura 57 - Processo de notificação do usuário	108
Figura 58 - Tela de histórico de interações recebidas com usuário	109

Figura 59 - Apresentação das instituições	110
Figura 60 - Fórum.....	111
Figura 61 - Página inicial adaptada ao formato desktop e tablet.....	111
Figura 62 - Comportamento da tela inicial em três dispositivos	112

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação de pessoas que trabalham na área e possuem portfólio	75
Gráfico 2 - Comparativo de pessoas que já foram voluntárias e que fariam voluntariado em <i>design</i>	76
Gráfico 3 – Relação de pessoas que utilizariam uma ferramenta própria para voluntariado na área do <i>design</i>	77
Gráfico 4 - Sobre a valorização da profissão.....	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

HCD	-	<i>Human Centered Design</i> (do inglês, <i>design</i> centrado no ser humano)
IBGE	-	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MDIC	-	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MEC	-	Ministério da Educação
ONU	-	Organização das Nações Unidas
SESC	-	Serviço Social do Comércio
UNESCO	-	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Problematização	16
1.1.1 Problema de pesquisa.....	19
1.2 Objetivo geral	19
1.3 Objetivos específicos	19
1.4 Justificativa	20
2 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	22
2.1 Reflexões e estudo sobre o <i>design</i> no Brasil.....	22
2.2 A experiência do usuário em conceitos.....	29
2.2.1 Ergonomia e o início da preocupação com o usuário.....	29
2.2.2 <i>Design</i> de interação e a evolução na preocupação com o usuário.....	33
2.2.3 O ser humano como centro do projeto de <i>design</i>	39
2.3 Voluntariado no Brasil e no <i>design</i>	44
3 METODOLOGIA.....	47
3.1 Estratégia.....	51
3.2 Escopo	53
3.3 Estrutura	53
3.4 Esqueleto.....	55
3.5 Superfície.....	60
4 LEVANTAMENTO DE DADOS E RESULTADOS	63
4.1 Análise de similares.....	63
4.1.1 Irlanda voluntária	64
4.1.2 Voluntários das Nações Unidas	67
4.1.3 Adote um briefing	69
4.1.4 Busca voluntária	72
4.2 Identificação dos usuários.....	73
4.2.1 Pesquisa exploratória.....	74
4.2.2 Pesquisa quantitativa	75
4.2.3 Entrevistas individuais	78
4.3 Discussão sobre o levantamento de dados e resultados	81

5 ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS	84
6 ETAPA CRIATIVA	87
6.1 Fluxograma de arquitetura	87
6.2 Nomenclatura	90
6.3 <i>Wireframes</i>	91
6.4 <i>Cardsorting</i>	95
6.5 Identidade visual	98
6.6 Desenvolvimento das telas	104
6.7 Teste de validação	112
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	114
REFERÊNCIAS.....	117
APÊNDICES	122

1 INTRODUÇÃO

Por eliminar a necessidade de ir até um local em um determinado horário, o voluntariado *online* cresceu muito nos últimos anos (ONU, 2011). Esse formato tem trazido um aumento da “liberdade e flexibilidade de engajamento voluntário e complementa o alcance e o impacto de voluntariado local” (ONU, 2011).

O *site* de voluntariado da ONU (www.onlinevolunteering.org) revela que aproximadamente 12.000 pessoas realizam trabalhos voluntários *online* por ano, com tarefas para 187 países. Destes voluntários, 60% são de países em desenvolvimento, e há um índice de 94% de satisfação por partes das organizações e voluntários.

Para os dados mundiais, utilizaram-se também os dados da ONU em seu Relatório do Estado do Voluntariado no Mundo (2011), que revelaram que em países desenvolvidos há um número grande de pessoas desenvolvendo atividades de voluntariado. Para exemplificar, o Canadá, em 2007, registrou 2,1 milhões de horas de trabalho voluntário; e nos Estados Unidos, 62,8 milhões de pessoas já realizaram algum trabalho voluntário em um período de 12 meses; e a Austrália, em 2007, estimou que 5,2 milhões de pessoas se voluntariaram (ONU, 2011).

Como não é possível encontrar dados precisos em relação ao número atual de pessoas desenvolvendo atividades de voluntariado no Brasil, a pesquisa baseou-se em dados do IBGE sobre as Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil, que em 2010, chegavam a 290,7 mil fundações privadas e associações sem fins lucrativos, desenvolvendo atividades para áreas diversas, como cultura, saúde, habitação, religião, entre outras. Outra pesquisa em relação ao número de voluntários foi publicada pelo portal online G1 (2014), e revela que

apenas 3 em cada 10 brasileiros já realizaram alguma atividade voluntária, estimando-se que atualmente 11% da população brasileira exerça trabalho voluntário, isto é, 16,4 milhões de pessoas.

Na matéria citada no portal *online* G1 (2014), é relatado que entre os motivos pelos quais as pessoas não realizam trabalho voluntário estão a “falta de tempo” (40%), “nunca foram convidados” (29%), “nunca pensaram nessa possibilidade” (18%) e “não sabem onde obter informações a respeito” (12%); e entre as principais razões para as pessoas realizarem essas atividades, estão a sensação de bem-estar, sentir-se útil e gratificação social.

Esta relação de bem-estar, apontada no parágrafo anterior, também é evidenciada no “Relatório do Estado do Voluntariado no Mundo” pela ONU (2011):

Voluntários são mais propensos a desenvolver “habilidades cívicas”, acrescentando mais importância ao ato de servir ao interesse público como um objetivo de vida e para serem mais politicamente ativos. Assim, engajando-se em suas ações voluntárias, indivíduos estão também cultivando uma perspectiva que contribui para um ambiente social que alimenta o bem-estar de todos.

Percebe-se, a partir desta citação, um comportamento que influencia políticas públicas, pois os voluntários preocupam-se com melhorias de bem-estar e com interesses públicos. Outro comportamento que determina algumas ações de voluntariado é o que Jenkins (2009) chama de “Cultura da Convergência”, a qual defende que as pessoas estão cada vez mais adotando um comportamento de interação com as novas mídias, com uma participação ativa de grupos sociais cujos valores são convergentes em torno de um ideal comum.

Estamos tentando criar códigos de ética e contratos sociais que irão determinar como nos relacionaremos uns com os outros, assim como estamos tentando determinar como esse poder irá se inserir no sistema de entretenimento ou no processo político. Parte do que precisamos fazer é descobrir como – e por que – grupos com diferentes formações, projetos, pontos de vista e conhecimentos podem se ouvir e trabalhar juntos pelo bem comum. Temos muito a aprender (JENKINS, 2009, p. 328).

Essa convergência fez com que surgissem grupos de voluntários que se organizam para apoiar e defender temas socialmente relevantes, como meio ambiente, desenvolvimento sustentável, entre outros. Em relação a isso, Pinsky (2010, p. 574) afirma que “as atividades de interesse público podem ser executadas fora do governo, trabalhadas por parcerias entre sindicatos, associações,

movimentos, igrejas, agências, mídias e empresas". Ainda, conforme o autor, as novas tecnologias digitais têm trazido benefícios a essas instituições, pois com suas articulações em grupo, seus debates podem tomar proporções planetárias, como o caso da ONG Greenpeace e também o Fórum Social Mundial em Porto Alegre, entre outras instituições.

A mão de obra voluntária é de extrema importância para o desenvolvimento da sociedade, e os novos comportamentos demonstrados nos parágrafos anteriores vêm ao encontro ao que se busca neste trabalho. Através deste estudo, pretende-se demonstrar o quanto o *design* tem a colaborar com as atividades de voluntariado. Manzini (2008, p. 16) afirma que os *designers* podem ser "atores sociais que, mais do que quaisquer outros, lidam com interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos".

O trabalho a seguir procura conectar estes dois importantes agentes na sociedade. De um lado, as instituições que necessitam de trabalho voluntário, e do outro, *designers* que buscam colocar em prática seus conhecimentos a fim de trazer melhorias para a sociedade. Ao longo do referencial teórico, mostra-se de que forma o *designer* pode atuar como voluntário, e apresenta-se um breve panorama do voluntariado na atualidade. A partir disso e utilizando-se de uma metodologia de projeto em *design*, será proposta uma interface digital que permita a interação dos dois lados já mencionados, que são as instituições que necessitam de trabalho voluntário, e *designers* que possuem interesse em se voluntariar.

1.1 Problemática

Em Curitiba, Paraná, foi realizada uma iniciativa pelo Pró Design-PR¹ e Centro de Pesquisa Paraná², com o apoio do Instituto GRPCOM³, que teve como objetivo desafiar *designers* a elaborarem projetos de identidade visual para ONGs da

¹Associação das Empresas e Profissionais de *Design* do Paraná, uma das associações de *Design* mais ativas do País.

² Instituição especializada em idealizar, desenvolver e implementar projetos estratégicos e processos de *design* para a indústria e órgãos governamentais.

³ Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), com sede em Curitiba e presença em todo o Paraná. Atua nas áreas de Educação e Cultura; e fortalecimento do Terceiro Setor.

cidade. Conforme matéria no *site* do GRPCOM (2011), doze organizações foram beneficiadas com o trabalho de empresários, profissionais e estudantes de *design*. Um dos *designers* participantes desta iniciativa relata, nesta matéria, que nenhuma das instituições beneficiadas teria identificado sozinha, como prioridade, a demanda pelos serviços da área do *design*, e com o projeto, intitulado Semana D, foi possível perceber uma mudança de cultura por partes destas instituições.

Posteriormente neste trabalho (subcapítulo 2.1) será evidenciado mais a fundo a grande falta de compreensão acerca do papel do *designer* na sociedade. Este equívoco acontece muito nas relações comerciais, e não é diferente quando se observa a relação do *design* em causas sociais.

Do mesmo modo, é possível perceber a pouca oferta de oportunidades de voluntariado na área do *design* em meios *online*. Além disso, muitas entidades que gerenciam os trabalhos voluntários no Brasil não possuem vagas para estas áreas e as ONGs e entidades do terceiro setor tampouco entendem a necessidade do *design* em seus projetos.

Existem atualmente alguns canais *online* que se propõem a divulgar o voluntariado. Exemplo são os *sites* Voluntários Online (www.voluntariosonline.org.br), *Dream n' Go* (www.dreamngo.org), Portal do Voluntariado (www.portaldovoluntariado.df.gov.br), Design Possível (www.designpossivel.org), Eco D (www.ecodesenvolvimento.org), Sócio Motiva (www.sociomotiva.com), *Online Volunteering* (onlinevolunteering.org) entre tantos outros. Em sua maioria, o objetivo é colocar em contato voluntários e instituições, porém, nenhuma específica ou focada no *design*. No último *site* citado (*Online Volunteering*, ferramenta da ONU) é possível encontrar 35 vagas⁴ para atividades relacionadas com a arte e com o *design*, existindo várias oportunidades para atuação global, porém apenas uma para atuação no Brasil, tendo como requisito a experiência com diagramação.

Um grupo de estudantes da área do *design*, administração e sistemas de informação do SENAC-SP desenvolveu em aula, conforme Alencar (2012), um aplicativo chamado *Social Mob*, onde ONGs se cadastram e postam informações sobre suas ações como o tipo de atividade necessitada, local, data, etc. A partir

⁴ Pesquisa feita no dia 30 de outubro de 2016.

destas informações, as pessoas podem acessar e compreender o que se está solicitando, e então, voluntariar-se para desenvolver a atividade. O aplicativo possui um objetivo muito próximo ao que se está propondo neste trabalho, porém, não é focado na área do *design*. Ao buscar informações do aplicativo, na prática, não foi possível encontrar nada com o nome do projeto apontado na matéria.

Há uma ferramenta do LinkedIn⁵, na qual usuários cadastrados acessam a plataforma “*Volunteer*” (do inglês, voluntário), com a finalidade de buscar vagas para trabalhos voluntários de acordo com a sua área de interesse, local, cargo, etc. Utilizando-se esta plataforma, pesquisou-se sobre trabalhos de *design*⁶, verificando-se que no mundo todo estão disponíveis dezenas de vagas para as mais diversas áreas do *design*; porém, no Brasil, nenhuma vaga foi encontrada.

Isso revela que no Brasil existe uma grande dificuldade por parte das instituições em enxergar voluntários com potencial em auxiliar nas questões que vão além dos processos administrativos e jurídicos. Aliado a isso, há falta de informação em relação às novas profissões do mercado, como *design*, e o que elas podem fazer para melhorar alguns processos e comunicações.

Diante destas questões abordadas, identifica-se a necessidade de mostrar às entidades do terceiro setor e ONGs a importância da participação de profissionais de outras áreas, como o *design*, e o quanto essas atividades poderão auxiliar no dia a dia das instituições. Além disso, nota-se que existe uma grande dificuldade para achar um canal que conecte estas instituições e voluntários interessados em oferecer seus conhecimentos e serviços. O trabalho buscará compreender as questões que envolvem estes assuntos e através da solução apresentada, possibilitar o aumento do número de *designers* voluntários.

⁵ Website que tem por objetivo conectar profissionais do mundo todo. É a maior rede profissional do mundo.

⁶ Pesquisa feita no dia 30 de outubro de 2016.

1.1.1 Problema de pesquisa

Como promover a busca e oferta de trabalhos voluntários na área do *design* para difundir e valorizar a atividade do profissional através de uma ferramenta digital?

1.2 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho consiste em desenvolver a interface para uma ferramenta *online* que terá como objetivo facilitar o contato entre instituições que necessitam de trabalho voluntário e estudantes e profissionais de *design* interessados em se voluntariar.

1.3 Objetivos específicos

- a) compreender de que forma o *design* está inserido na sociedade resgatando a sua origem histórica;
- b) adquirir embasamento teórico para compreender como o *design* pode colaborar na sociedade em um âmbito social;
- c) realizar análise de similares de ferramentas que possuem objetivos semelhantes e analisar seus pontos positivos e negativos;
- d) realizar estudo bibliográfico em *design* para interfaces e compreender os fatores importantes que auxiliarão no desenvolvimento da ferramenta;
- e) levantar dados em relação às necessidades dos usuários, sendo eles estudantes e profissionais do *design* e membros de instituições sem fins lucrativos;
- f) propor uma interface, através de uma metodologia de *design*, para ferramenta digital que visa facilitar a busca e oferta de trabalho voluntário em *design*.

1.4 Justificativa

O trabalho voluntário, além de colaborar para o desenvolvimento e crescimento profissional, também traz outros benefícios para quem se voluntaria. Neste sentido, Geber (1991 apud Azevedo 2007) diz em seu estudo que existem três principais fatores que motivam as pessoas a se voluntariar: realização, pois as pessoas desejam trabalhar em prol da sociedade; afiliação, no sentido de conhecer novas pessoas e agregar contatos; e poder, pois entendem que se voluntariar é uma forma de conseguir uma promoção ou alcançar cargos de liderança.

Ainda em relação aos benefícios, Silva (2004 apud Camargos 2008), diz que os fatores são outros: de ordem assistencial, como uma forma de ajudar as pessoas; de ordem humanitária, como forma de ajudar as pessoas em seu crescimento espiritual; de ordem política, como forma de exercer a cidadania; e de ordem profissional, como forma de aplicar os conhecimentos obtidos na universidade.

O último item apontado no parágrafo anterior (fator de ordem profissional) justifica a realização deste trabalho, pois entende-se que atualmente, para um *designer* se colocar em uma boa posição no mercado de trabalho, é fundamental que ele possua um bom currículo e um bom portfólio. Muitos buscam posições como estagiário para agregar experiência, porém, muitas vezes não conseguem trabalhar com projetos reais e sua evolução é prejudicada por isso. É comum ver *designers* gráficos, por exemplo, desenvolvendo portfólio a partir de clientes falsos, o que também não os coloca em uma situação real de mercado.

Por outro lado, existem instituições filantrópicas ou comunidades colaborativas que vivem de trabalho voluntário. Atualmente, através de uma rápida pesquisa online, é possível perceber que não existem oportunidades na área *design*; grande parte disto deve-se a falta de conhecimento, por parte das instituições, em relação ao papel do *designer* e o quanto ele pode contribuir para a sociedade.

Existindo um canal adequado para conectar essas duas partes, entende-se que haveriam mais trabalhos voluntários na área do *design*. Portanto, neste estudo busca desenvolver a interface de uma ferramenta online que tenha esta finalidade. Para tanto, é preciso entender o porque do *design* não ser visto com a importância

que possui e discutir esta problemática com profissionais e estudantes que atualmente exercem trabalho na área de *design*.

Cabe também apontar que este trabalho teve como motivação a experiência positiva que a autora teve ao realizar trabalhos voluntários, os quais foram buscados através de uma ferramenta online, em intercâmbio cultural em Dublin, Irlanda.

2 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

2.1 Reflexões e estudo sobre o *design* no Brasil

Para iniciar este estudo, se faz necessário explorar o significado do termo *design* e seus conceitos. De acordo com Cardoso (2012), o termo apresenta uma ambiguidade: o termo abstrato refere-se ao plano e o termo concreto refere-se a estrutura. Analisando seu significado etimológico, Santaella (2016) coloca que o termo *design*, que tem origem inglesa, vem do latim *designare*, que significa “para fora” (*de*) e signo (*signare*, que provem de *signum*). Para a autora citada, isto significa que o *design* é antes de tudo linguagem que é externalizada (posta para fora).

De acordo com o MEC em Referenciais curriculares nacionais da educação profissional de nível técnico (2000), o “vocábulo *design* identifica, entre os povos, da língua inglesa, o projeto como transformação configurando a disposição de transformar os objetos e os ambientes”.

O MEC ainda identifica a profissão em nível técnico em *design* como multidisciplinar, abrangendo diferentes áreas, e considera uma profissão em expansão e sem atuações limitadas, explicadas no trecho:

Jovem como área profissional, o *Design* vem ampliando cada vez mais seu universo de atuação, sem muitas regras ou tendências bem definidas, mas sempre pretendendo produzir algo mais durável, ora oferecendo objetos, peças e espaços harmoniosos, ora contrastando o suave com o agressivo. (MEC, 2000, p. 6).

Apesar de 4 anos após a publicação dos referenciais curriculares ter havido a Resolução CNE/CES nº 5, de 8 de março de 2004, que aprovou as “Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em *Design*”, pouco mudou a definição em relação aos estudos e práticas em *design*, permanecendo sem regras e sua atuação cada vez mais em expansão nos dias de hoje.

No projeto de lei nº 1.391 de 2011 da Câmara dos Deputados é decretado o livre exercício da profissão do *designer*, e define-o como: “todo aquele que desempenha atividade especializada de caráter técnico científico, criativo e artístico para a elaboração de projetos de sistemas e/ou produtos e mensagens visuais passíveis de seriação ou industrialização que estabeleçam uma relação com o ser humano, tanto no aspecto de uso, quanto no aspecto de percepção, de modo a atender necessidades materiais e de informação visual”.

Para Bonsiepe (2011), o *design* tem se distanciado cada vez mais de uma definição que associa-se à solução inteligente de problemas e tem se aproximado de algo relacionado ao modismo, estética e obsolescência. Também, muitas vezes, conforme o autor, é relacionado a algo apenas divertido, caro e rebuscado. Neste sentido, Schneider (2010) afirma:

Hoje, a palavra “*design*” entrou em moda e seu emprego passa por uma fase francamente inflacionária. Como um curinga, ela é usada nas mais diversas situações, com uma gama de significados que pode ser ampliada de forma aparentemente ilimitada. Isso também se aplica, pelo menos em parte, ao contexto da designação profissional (SCHNEIDER, 2010).

Não é a toa que hoje se encontram “*designers* de sobancelha”, “*designer* de unhas”, “*hair designer*”, entre tantos outros títulos nos quais se utiliza da palavra *design* apenas no intuito de agregar valor ou beleza ao produto ou serviço. Neste contexto, também destacam-se os produtos nos quais o *design* é um atributo, como foi o caso do Kia Soul, modelo de carro lançado pela Kia Motors denominado de O CARRO *DESIGN* (figura 1). Lançou-se ainda, posteriormente, uma nova versão onde o denominava como o “carro *design* mais *design* do que nunca”.

Figura 1 – Anúncio publicitário do carro *design*



Fonte: Blog Auto (2011)

É comum ver o termo *design* sendo desvirtuado. Como já mencionado, muitas vezes ele é apenas visto como algo belo. Foi desta forma que muitas pessoas interpretaram o termo *design* atribuído ao carro pela Kia Motors. Nas figuras 2 e 3 é possível ver algumas resenhas do produto onde o termo *design* é atribuído apenas à estética do produto.

Figura 2 - Resenha do carro pelo *site* WebMotors

Resumo de um coreano bom de briga

O Kia Soul é um modelo que emplacou, dentro das suas proporções, no mercado nacional. Conforme havia adiantado José Luiz Gandini no lançamento do automóvel no Brasil, a versão flexível em combustível chegará antes do final de 2010. Gandini confirmou a informação no lançamento do SUV do Kia Sorento no mês passado. Com a confirmação da tecnologia, o Soul deve ganhar mais adeptos por aqui. Os pontos fortes do carro são design, robustez, estilo e facilidade de condução. Já os pontos negativos são o poder de revenda, o seguro elevado justificado pelo alto custo da cesta básica e o porta-malas pequeno para um veículo premium.

Fonte: Adaptado pela autora com base em WM1 (2010)

Na imagem anterior (figura 2) é possível ver que a resenha coloca como uma característica do carro o fato dele ter *design*, robustez, estilo e facilidade de condução. Na verdade, todas as características que sucedem a palavra *design* deveriam ser contempladas por este único termo.

Já na figura 3 o *design* é posto como sinônimo de desenho da carroceria, ou seja, é diminuído a apenas o visual externo do carro, ou simplesmente estilo, como ainda é mencionado.

Figura 3 - Resenha do carro pelo *site* Auto Entusiastas



Fonte: Adaptado pela autora com base em Auto Entusiastas (2014)

O *designer* Gustavo Piqueira, em um de seus livros, expõe uma crítica em relação à forma como as pessoas vêm se relacionando com *design* nos dias de hoje.

Quando se olha para um objeto ou peça gráfica, os critérios relativos a *design* para sua avaliação são inúmeros: sua linguagem, sua funcionalidade, sua técnica de produção, suas referências, etc, etc e etc. Com certeza “ter *design*” não é um deles. (...). As coisas podem ‘ter *design* funcional’, ‘ter *design* contemporâneo’, até mesmo simplesmente ‘ter um *design* bonito’, mas não apenas ‘ter *design*’ (PIQUEIRA, 2004).

Schneider (2010) explica que esta dificuldade, relatada por Piqueira (2004), deve-se a circunstâncias como a longa história do *design* e sua mudança de

significado ao longo de sua história. O termo *design*, de fato, surgiu no Brasil, de acordo com Moraes (2006), após o início das atividades da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI, no ano de 1963, sendo também o primeiro curso de graduação na área em nível superior em toda a América Latina. O autor relata que os primeiros docentes na área provinham da Escola de ULM (1946-1968), na Alemanha, que surgiu depois da Bauhaus (1919-1933), também na Alemanha. Além do corpo docente, a Escola de ULM foi a grande responsável pelo fornecimento de estrutura base e metodologias para muitas instituições de *design* no Brasil a partir dos anos 60 (MORAES, 2006).

Cabe lembrar que antes mesmo de se falar em *design*, a atividade já era praticada, mas era chamada pelo nome de desenho industrial, conforme explica Schneider (2010) ao colocar que com a industrialização (no final do século XVIII e século XIX) muitas profissões foram extintas e deram lugares a outras, como no caso dos “projetistas”, “desenhistas” ou “modeladores” que desenvolviam os produtos que posteriormente as máquinas produziriam. Ainda em relação aos primeiros sinais da profissão, Papanek (2011) relata que a primeira sociedade de *design* industrial surgiu na Suécia em 1849, com *designers* preocupados em dar forma aos objetos, considerada por ele errônea por atribuir “beleza adequada” em máquinas e ferramentas. Essa afirmação é reforçada por Cara (2010), quando fala que o desenho industrial era visto apenas como um melhoramento estético dos produtos, limitando o papel do desenhista apenas a isso. Schneider (2010) afirma que naquele período *design* significava a inclusão de uma estética na produção e comercialização de mercadorias e serviços como forma de incentivar as vendas.

Pode-se perceber, com o relato dos autores no parágrafo anterior, que o *design* partiu de uma profissão que já sofria com a falta de compreensão e valorização. Ao longo da história, quando o *design* já havia se instituído, o cenário permaneceu semelhante. Moraes (2006) diz que um dos desafios do *design* em países da periferia, como o Brasil, em seu período de estabelecimento, era a falta de interesse dos empreendedores locais para com a atividade.

Como já relatado, o ensino acadêmico de *design* no Brasil teve grande influência europeia. Moraes (2006) relata que na prática da profissão não foi diferente, pois após o período de industrialização e a chegada das multinacionais,

houve o empobrecimento do *design* local com a chamada “tropicalização do produto”. Isto ocorreu pois as multinacionais estabelecidas no Brasil não tinham departamento de desenvolvimento no país, portanto, havia uma readequação dos produtos vindos do exterior para a realidade brasileira. Além disso, conforme o autor, uma grande preocupação dessas multinacionais era reduzir o preço final do produto e os custos operacionais, que muitas vezes acabavam por eliminar também a qualidade do produto. O Brasil estava, a esta altura, dependente das decisões das multinacionais, que em sua maioria priorizava apenas os próprios interesses (MORAES, 2006).

Outro momento que contribuiu como reforço no surgimento do *design* no Brasil foi a chegada de Gui Bonsiepe ao país. Moraes (2006) afirma que com ele, veio a tentativa de romper esta dependência. Bonsiepe torna-se pesquisador da CNPq⁷ e, junto ao Ministério da Cultura, cria uma série de ações, como o estabelecimento de três laboratórios de *design*, entre eles o LBDI⁸, fundado pelo próprio Bonsiepe. Entre as estratégias dos laboratórios (que posteriormente tiveram suas atividades encerradas), estava a de “desenvolver projetos de pesquisas de interesse social e que contribuam para o resgate e valorização da cultura material e iconográfica brasileira” (MORAES, 2006).

A partir do que foi exposto até aqui, pode-se afirmar que o *design* no Brasil ainda tem muito para se desenvolver até ser reconhecido como uma profissão plenamente estabelecida, porém, nota-se que está em crescimento exponencial. Neste sentido, Moraes (2006) coloca que: “Somente no campo do *design*, o país conta com mais de 100 institutos superiores, porém, o mercado não absorve todos os novos *designers*, ou seja, a profissão ainda não atingiu a sua fase madura”.

Desde então diversas ações têm sido realizadas no intuito de difundir a atividade no país; uma delas tem a iniciativa do Governo Federal com a criação do Programa Brasileiro do *Design* (PBD), pelo Decreto de 09 de novembro de 1995, e “destina-se a promover o desenvolvimento do *design* no Brasil, em virtude da forte identidade criativa do país, apto a desenvolver a marca Brasil no competitivo mercado internacional” (MDIC, 2016). Outro exemplo foi a tentativa de

⁷ Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

⁸ Laboratório Brasileiro de *Design* Industrial.

regulamentação da profissão, de autoria do ex-deputado José Luiz Penna, através do projeto de lei da câmara nº 24, de 2013, que dispunha sobre a regulamentação do exercício profissional do *designer*. O projeto teve veto da ex-presidente da República, Dilma Rousseff, em dezembro de 2015. A autora deste estudo tentou contatar através de e-mail o ex-deputado solicitando informações atuais sobre o projeto, porém, até a data da entrega deste trabalho, não obteve resposta.

Cardoso (2012) traz a questão da regulamentação como algo desfavorável, pois acredita que não é tempo de erguer barreiras burocráticas na prática e apoia o livre exercício da profissão, amparado no disposto no artigo 5º, inciso XIII da Constituição Federal de 1988, o qual dispõe que “é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer”. Cardoso (2012) ainda questiona o atual ensino no país, e busca aproximá-lo de um cunho mais ideológico do que pedagógico, da mesma forma como o princípio do *design* no país trazido pelas escolas pioneiras.

Ainda no âmbito ideológico, nota-se uma preocupação maior, por parte dos *designers*, com o atual estado do mundo. De acordo com Manzini (2008) existe hoje um paradoxo entre dois conceitos em relação ao papel do *designer*: um deles diz que aparentemente o *designer* projeta e produz artefatos; outro é que cada um na sociedade deve contribuir para a construção de um mundo onde o bem-estar não seja associado a novos artefatos. Apesar do paradoxo exposto, o autor acredita que existe uma nova geração de artefatos para se pensar, que sejam tanto apreciados pelos usuários quanto capazes de colaborar no contexto social que estarão inseridos.

O conceito de *design* centrado no ser humano, que coloca o ser humano como peça central na abordagem do *design*, corrobora com a visão de Manzini. Além disso, entre as bibliografias atuais, percebem-se diferentes abordagens no que diz respeito à experiência do usuário, que serão tratadas no subcapítulo a seguir.

2.2 A experiência do usuário em conceitos

A preocupação com o usuário é visto no *design* através de diferentes termos e conceitos. Neste trabalho deu-se foco em três deles: ergonomia, *design* de interação e *design* centrado no ser humano. Em todos eles, o foco é o homem, e a preocupação vai além da estética e funcional, portanto, dizem respeito à experiência do usuário. Garret (2011) coloca que a experiência do usuário trabalha com contextos:

A estética garante que um botão em uma cafeteira tenha uma forma e textura atraentes. O funcional certifica-se que o botão acionará a função apropriada do dispositivo. A experiência do usuário assegura que os aspectos estéticos e funcionais do botão funcionem no contexto restante do produto, fazendo questionamentos como “O botão é muito pequeno para uma função tão importante?”. Experiência do usuário também garante que o botão funcione no contexto no qual o usuário está tentando realizar, perguntando questões como “O botão está no lugar adequado em relação aos outros controles que o usuário estará usando no mesmo momento?” (Garret, 2011, p. 8).

Neste subcapítulo serão abordadas questões de experiência do usuário iniciando-se pela ergonomia, como o foco no homem enquanto realizador de uma tarefa ou esforço físico, passando pelo foco ao *design* de interação, com a interação do homem e máquinas, finalizando com o *design* com foco mais social, através dos conceitos de *design* centrado no ser humano.

2.2.1 Ergonomia e o início da preocupação com o usuário

Sabe-se que a ergonomia é um estudo amplo e aplicável em diversas situações quando fala-se em *design* e projeto. Ela preocupa-se principalmente no homem enquanto realizador de algum trabalho ou esforço, seja com máquinas e objetos ou ainda em confronto com as suas condições de ambiente e processos.

Diversas definições de ergonomia já foram feitas; conforme a Associação Brasileira de Ergonomia - ABERGO⁹ trata-se de uma disciplina científica que considera a interação do homem e suas tarefas em seu posto de trabalho, produtos, ambientes e processos. Para Boletti e Correa (2015), as atividades dos ergonomistas podem variar conforme a sua área de atuação (saúde, ambiente, transporte), mas em todas elas, as atividades têm como objetivo garantir que o sistema ou produto esteja em conformidade com as necessidades do usuário.

Conforme Mont'Alvão e Moraes (2003), a ergonomia moderna, centrada no homem, defende que o operador e máquina devem trabalhar em harmonia. Porém, existem algumas falhas neste conceito, pois, desta forma, reduz-se o homem ao nível de uma máquina. Portanto, “a moderna visão da Ergonomia, centrada na pessoa, argumenta que é a pessoa que controla o sistema, que o opera, que dirige o seu curso e monitora as suas atividades” (MONT'ALVÃO E MORAES, 2003, p. 27).

Observa-se que em todos os conceitos e definições, a ergonomia é aplicada a partir das necessidades do usuário, e as adaptações são feitas a partir do trabalho ao homem. Lida (2005) define ergonomia como o estudo da adaptação do trabalho ao homem. Para ele, a ergonomia possui uma visão ampla, e os ergonomistas devem considerar aspectos físicos, cognitivos, sociais, organizacionais, ambientais e outros.

Destes aspectos, três áreas de especialidade ganham destaque. 1) ergonomia física, que trata da anatomia do indivíduo, sua biomecânica, fisiologia e antropometria; 2) ergonomia cognitiva, que trata da análise de relações mais abstratas do homem, como os processos mentais, memória, raciocínio, etc. e suas aplicações em seu desempenho; e 3) ergonomia organizacional, que analisa as estruturas organizacionais do ambiente onde o indivíduo está, suas políticas e seus processos.

Destas três áreas, se dará destaque à ergonomia cognitiva, aprofundando esta pesquisa especialmente no que diz respeito à interação homem-computador

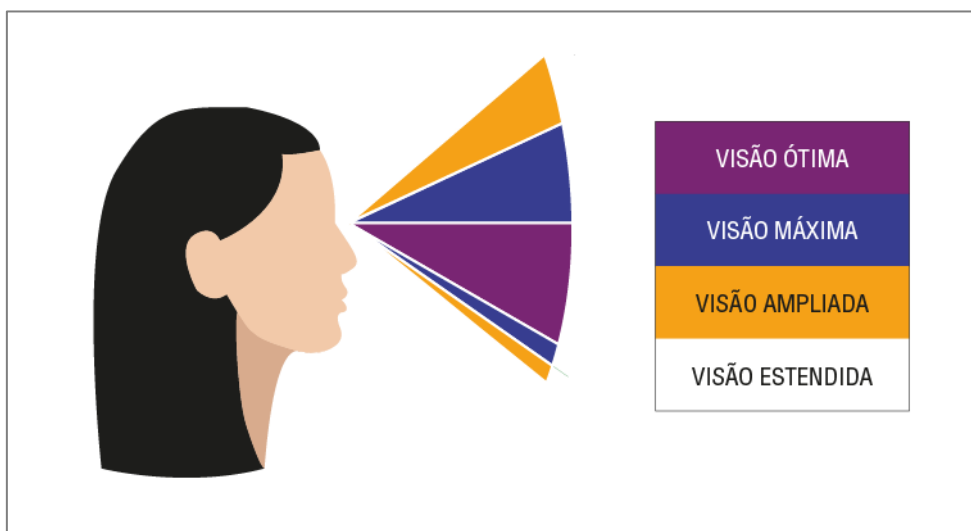
⁹ Associação Brasileira de Ergonomia não possui fins lucrativos e tem como objetivo estudar, divulgar e entender a prática da ergonomia no país.

(IHC¹⁰) com o uso das interfaces digitais. Conforme Moraes (2002, pg. 20) a ergonomia de interação com interfaces “busca economia de tempo, diminuição da carga cognitiva e rapidez de decisões”.

Para uma boa ergonomia na interação do usuário com uma interface, serão utilizados alguns conceitos na prática das informações distribuídas de forma visual no projeto a ser executado posteriormente. Conforme lida (2005) o homem é dotado de vários órgãos sensoriais, entre eles, o que mais predomina em um posto de trabalho são as informações visuais. Na apresentação das informações visuais, utilizar-se-á algumas das técnicas e conceitos de ergonomia relevantes para este projeto que tratam da hierarquia das informações, uso de símbolos e buscas na tela.

lida (2005) explica que a hierarquia das informações na tela acontece em níveis. Na figura 4 é possível visualizar a forma como o usuário enxerga os elementos posicionados na tela nestes níveis, que se dividem em 4: nível 1, chamado de *visão ótima*; nível 2, chamado de *visão máxima*, nível 3, chamado de *visão ampliada*, e nível 4, chamado de *visão estendida*.

Figura 4 - Hierarquia de informações dividida em níveis



Fonte: Elaborado pela autora com base em lida (2005, pg. 290)

¹⁰ “IHC é o estudo de como os humanos interagem com sistemas computacionais. Muitas disciplinas contribuem para IHC, incluindo ciências da computação, psicologia, ergonomia, engenharia e *design* gráfico.” (JARRET et al, 2005, p. 3, tradução nossa)

Na visão ótima, conforme lida (2005), o usuário consegue perceber até dois elementos visuais de forma contínua; na visão máxima, o usuário visualiza apenas anormalidades e elementos grosseiros; já na visão ampliada, nível menos observado em momentos de fadiga em relação aos dois anteriores, o usuário visualiza os elementos apenas com movimento da cabeça; e na visão estendida, os elementos poderão ser visualizados apenas com movimentos corporais, e na fadiga o usuário ignora estes elementos.

Em relação ao uso de símbolos, para lida (2005) eles apresentam uma vantagem sobre as instruções verbais, pois apresenta maior facilidade de compreensão e maior rapidez de respostas. Porém, é preciso compreender que alguns símbolos poderão ter um significado diferente para cada pessoa, pois seu repertório visual não é o mesmo. Garret (2011) coloca que deve-se ter cuidado ao usar elementos que não são convencionais aos usuários, e deve-se utilizar delas apenas em situações em que os benefícios são claros. O autor ainda coloca que o uso de analogias entre os componentes das interfaces e experiências do usuário na vida real na maioria das vezes não funcionam tanto quanto deveriam e podem dificultar a leitura de seu significado.

Já no que diz respeito a buscas na tela, para Cañas e Waerns (2001 apud lida 2005), os usuários apresentam dois tipos de comportamento durante a busca, sendo a primeira delas uma busca rápida, e essa fracassando, faz-se uma busca mais detalhada e lenta. Para os autores, a grande dificuldade na utilização deste recurso é a formulação da palavra mental ou frase a ser buscada, pois a probabilidade do usuário encontrar nos menus a palavra que procura é de apenas 20%. Neste sentido, é importante que no processo de criação da interface sejam previstos mecanismos que auxiliem o usuário nesta busca, tanto para correção de escolhas erradas ou retorno ao processo anterior à busca.

No próximo capítulo será abordado o *design* de interação que está diretamente ligado com o tema ergonomia. O crescente surgimento de novas tecnologias e dispositivos mostra a importância da ergonomia aplicada nesta interação. Conforme Moraes (2002), a ergonomia aplicada na interação homem-computador trata da aplicação das informações relevantes e a forma como serão aplicadas na interface de modo que facilitem esta interação.

2.2.2 *Design* de interação e a evolução na preocupação com o usuário

Para dar início no tópico *design* de interação é importante compreender seu conceito através de algumas definições. Para Oswald (2015), *design* de interação é a ponte que conecta “o que” o usuário irá fazer até o “como” irá fazê-lo. Exemplo dado pelo autor para entender este conceito seria “definir o volume do som” como a ação “o que”; e “girar um botão, deslizar um controle ou pressionar os botões mais e menos” seria a ação “como” o usuário irá fazê-lo.

Para Preece, Rogers e Sharp (2013), o *design* de interação preocupa-se em desenvolver produtos de fácil utilização, ou seja, “produtos fáceis de aprender, eficazes no uso, que proporcionem ao usuário uma experiência agradável”.

Anteriormente falou-se em interação homem-computador, porém, o *design* de interação aqui abordado vai além deste conceito. Enquanto que, assim como na ergonomia, esta interação busca compreender o ser humano e otimizar a forma como ele interage a um sistema (PREECE; ROGERS e SHARP; 2013, p. 10), o *design* de interação “possui uma visão muito mais ampla, abordando a teoria, a pesquisa e a prática no *design* de experiências de usuário para todos os tipos de tecnologias, sistemas e produtos” (PREECE; ROGERS e SHARP; 2013, p. 10).

Deve-se ter conhecimento de que para o *design* de interação ser eficaz se faz necessário entender o usuário para o qual se está projetando e a forma como ele realiza suas tarefas e ações, ou seja, o usuário deve estar envolvido nos processos do projeto. Isso deve-se pelo fato de que nos meios digitais as ações ou funções não estão explícitas ao usuário, mas sim, dependem da intuição do mesmo ao interpretar a interface que se está navegando.

Para Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 8 e 9) “uma variedade de termos tem sido utilizada para enfatizar diferentes aspectos do que se está projetando: *design* de interface do usuário, projeto de *software*, *design* centrado no usuário, *design* de produto, web *design*, *design* de experiência e *design* de sistemas interativos. O termo *design* de interação é cada vez mais aceito como um termo “guarda-chuva”,

pois cobre todos esses aspectos." Neste projeto, nos focaremos na usabilidade e na experiência do usuário na interação com interfaces.

Por interfaces, entende-se que é a parte do sistema de computador no qual o usuário pode ver, ouvir e interagir de forma direta. Para Galitz (2002, p. 15), interface é um conjunto de técnicas e mecanismos com os quais o usuário interage com alguma coisa. Por exemplo, na interface gráfica, a primeira interação do usuário é com o ícone que apontará para um dispositivo, sendo muitas vezes o ícone de uma mão ou seta.

Para Radfahrer (2000), a interface é uma das partes mais importantes em um sistema, pois é o elemento de transição entre o mundo real e o digital. Ela deve ser clara e objetiva e não dar margens a dúvidas.

Um dos importantes aspectos do *design* de interfaces diz respeito a usabilidade, que é "o fator que assegura que os produtos são fáceis de usar, eficientes e agradáveis - da perspectiva do usuário (PREECE; ROGERS e SHARP; 2013, p. 18).

Mandel (1994 apud Galitz 2002, p. 56, tradução nossa), coloca que os 10 problemas mais comuns em usabilidade em um sistema gráfico, conforme especialistas da IBM¹¹, são: 1) menus e ícones ambíguos; 2) linguagens que permitem o movimento em apenas uma direção no sistema; 3) limitações de entradas e navegação; 4) limitações de *links* e seleções; 5) sequências de navegação sem clareza; 6) mais etapas para gerenciar a interface do que para executar as tarefas; 7) *links* complexos; 8) respostas e confirmações inadequadas; 9) falta de inteligência e antecipação do sistema; 10) mensagens de erros, ajuda, tutoriais e documentações inadequados.

Neste projeto serão aplicadas as seis metas de usabilidade propostas por Preece, Rogers e Sharp (2013). Para cada meta, os autores propõem uma pergunta diferente, e ao respondê-las, o *designer* poderá avaliar se a experiência do usuário está satisfatória e ainda, poderá prever problemas de navegação e conflitos ou erros

¹¹ A IBM é uma empresa global de tecnologia e inovação com sede em Armonk, Nova York, nos Estados Unidos. Fonte: Página do LinkedIn da IBM

já no estágio inicial do processo. As seis metas de usabilidade propostas pelos autores são as seguintes:

Eficácia: significa ser eficaz no uso, permitindo que o usuário faça o que se espera. *Pergunta: O sistema cumpre sua principal função?*

Eficiência: a interface deve auxiliar o usuário a realizar a sua tarefa, de modo que não se tenha dúvidas no percurso. *Pergunta: o usuário consegue realizar as suas tarefas de forma rápida e fácil?*

Segurança: significa prevenir que o usuário cometa erros graves como clicar em um botão errado e fornecer ao usuário a possibilidade de recuperação caso isso aconteça. *Pergunta: o sistema previne o usuário de cometer erros e caso aconteça, é possível voltar à ação anterior?*

Utilidade: significa fornecer ao usuário as funções de forma que ele consiga fazer aquilo que deseja. *Pergunta: o sistema fornece as ferramentas adequadas para o usuário realizar as suas tarefas?*

Learnability: é a capacidade de aprender a realizar as tarefas que a interface propõe ou utilizar o sistema. *Pergunta: o sistema é de fácil aprendizagem?*




Memorability: é a capacidade de memorização, ou seja, a facilidade de lembrar como usar o sistema após ter aprendido. *Pergunta: o usuário irá lembrar de como realizar suas tarefas neste sistema?*

Outro conceito que será aplicado neste projeto será de Krug (2006), que coloca que a primeira e a mais importante lei da usabilidade é "Não me faça pensar", pois quando o usuário visualiza a interface, as interações devem ser evidentes e compreensíveis o suficiente de modo que até mesmo pessoas leigas no conteúdo do *site* ou aquelas que mal sabem usar o botão "voltar", possam olhar para a página inicial e compreender os botões de ações existentes.

Visualiza-se a ideia de Krug citada anteriormente através da figura 5, onde é possível ver um usuário perante três ações, indicadas através do botão amarelo. Nas duas primeiras está claro para o usuário o que o botão indica, portanto, são chamadas pelo autor de ações óbvias. Já a terceira ação requer um esforço maior

do usuário para compreendê-la, e pode ainda gerar dúvidas, portanto, o autor chama esta de ação que requer esforço.

Figura 5 - Ações óbvias e que requerem esforço

Ações óbvias		Ação que requer esforço
<p>Trabalhos! <i>Click!</i></p>  <p>Trabalho</p>	<p>Hmm. <i>Milésimos de segundo pensando</i> Trabalhos. <i>Click.</i></p>  <p>Oportunidade de emprego</p>	<p>Hmm. Pode ser trabalhos. Mas parece algo a mais. Será que eu devo clicar ou continuar procurando?</p>  <p>Trabalho-rama</p>

Fonte: Krug (2005, p. 14, redesenho e tradução nossa)

A partir deste e dos demais conceitos trazidos até aqui, se iniciará a falar da experiência do usuário, que trata da satisfação do usuário ao final de sua experiência com as interfaces.

Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 13) colocam que a experiência do usuário “diz respeito a como as pessoas se sentem em relação a um produto e ao prazer e à satisfação que obtêm ao usá-lo, olhá-lo, abri-lo ou fechá-lo”. Ainda conforme os autores existem metas emocionais e sensoriais que definem aspectos desejáveis e indesejáveis da experiência do usuário (figura 6).

Figura 6 - Aspectos desejáveis e indesejáveis na experiência do usuário

ASPECTOS DESEJÁVEIS		ASPECTOS INDESEJÁVEIS
Satisfatório	Melhora a sociabilidade	Tedioso
Agradável	Apoia a criatividade	Frustrante
Atraente	Cognitivamente estimulante	Irritante
Prazeroso	Divertido	Infantil
Interessante	Instigante	Desprazeroso
Prestativo	Emocionante/excitante	Condescendente
Motivador	Recompensador	Faz com que alguém se sinta culpado
Desafiador	Emocionalmente gratificante	Faz com que alguém se sinta estúpido
Surpreendente		Forçosamente bonito
		Artificial/Falso

Fonte: Adaptado pela autora com base em Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 23)

O quadro da figura 6 mostra o que os autores trazem de experiências desejáveis e indesejáveis neste conceito. As metas de experiência diferem-se das metas de usabilidade pois a primeira busca entender como os usuários interagem com um produto ou sistema na visão do próprio usuário, enquanto a segunda procura avaliar a utilidade e produtividade do sistema na visão do próprio sistema (PREECE; ROGERS; SHARP; 2013).

Hoje é comum ver o conceito de experiência do usuário resumido na sigla UX, ou *user experience* em inglês, e nota-se que ele vem se disseminando nos meios digitais. Para Buckley (2016, tradução nossa), 2015 foi o ano em que o conceito de experiência do usuário se dissipou no mundo todo e se provou ser o conceito campeão quando se fala em *design*. Ele ainda apresenta tendências para 2017, como a otimização da ansiedade dos usuários entre uma ação e outra (como o momento de transição entre uma página e outra após o clique). Neste caso, para minimizar a ansiedade, estão sendo criados elementos de transição entre estas duas ações, antecipando o usuário através de uma alusão ao que vai acontecer na tela seguinte (BUCKLEY, 2016, tradução nossa).

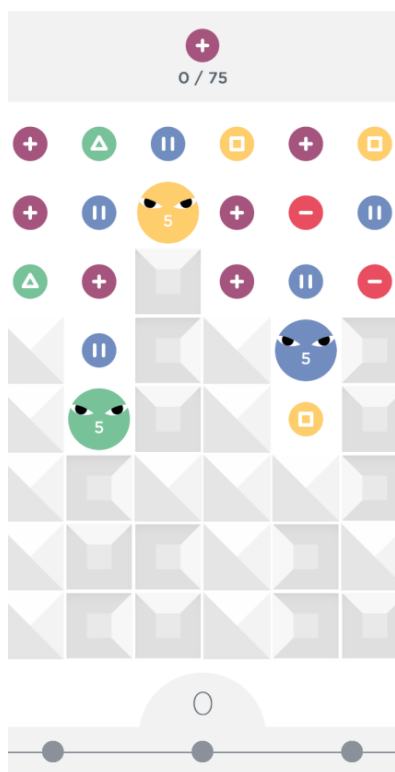
Um exemplo de prática deste elemento de transição é a ação de curtir uma foto na rede social *Instagram*. “Quando você dá um duplo-toque para “curtir” uma

foto, a resposta do botão *Like* é imediata (...) mesmo que o “like” efetivamente só aconteça alguns minutos depois” (TEIXEIRA, 2012).

Além das práticas para tornar a experiência do usuário a melhor possível, tem-se tentado buscar melhorias e experiências também para usuários com restrições físicas e psíquicas, ou o que chamamos de acessibilidade.

Exemplo disso são interfaces criadas pensando em daltônicos¹², como a tela de um jogo mostrada através da figura 7, onde nota-se que além das cores, o *designer* utilizou símbolos que se repetem conforme o uso de determinada cor. Neste sentido, Braga (2015) diz que “a primeira boa prática para a escolha de cores é: não confie apenas nas cores para passar uma informação, use também ícones e textos para garantir que o recado está dado”. Para o autor, a escolha nas cores também facilita a acessibilidade de pessoas com cataratas ou terceira idade, que vem representando uma fatia cada vez maior de usuários.

Figura 7 - Jogo de aplicativos móveis que mostra o uso de cores e ícones



Fonte: Braga (2015)

¹² Daltonismo (discromatopsia ou discromopsia) representa uma anomalia hereditária recessiva ligada ao cromossomo sexual X, caracterizando a incapacidade na distinção de algumas cores primárias. Fonte: <http://brasilecola.uol.com.br/biologia/daltonismo.htm>

A partir daqui, nota-se que o *design* já começa a ser voltado ao ser humano e não apenas a um usuário. De acordo com Gasson apud Bittencourt, Chaves e Taralli (2013) o *design* centrado no usuário foca em soluções de problemas técnicos, possuindo uma pesquisa limitada, enquanto o *design* centrado no humano preocupa-se em promover interesses humanos.

2.2.3 O ser humano como centro do projeto de *design*

A partir da evolução da prática do *design* desde a ergonomia, como exposto anteriormente, pode-se notar que cada vez mais existe uma preocupação com o ser humano. Isto não quer dizer que a ergonomia não possuía esta preocupação. Deve-se compreender, portanto, que hoje a preocupação vai além do campo profissional, passando em sua trajetória pela satisfação do usuário ou consumidor, chegando ao que se abordará a seguir, que além de toda a preocupação com o homem, o projeto de *design* é aplicado preocupando-se também com o espaço onde o homem está inserido.

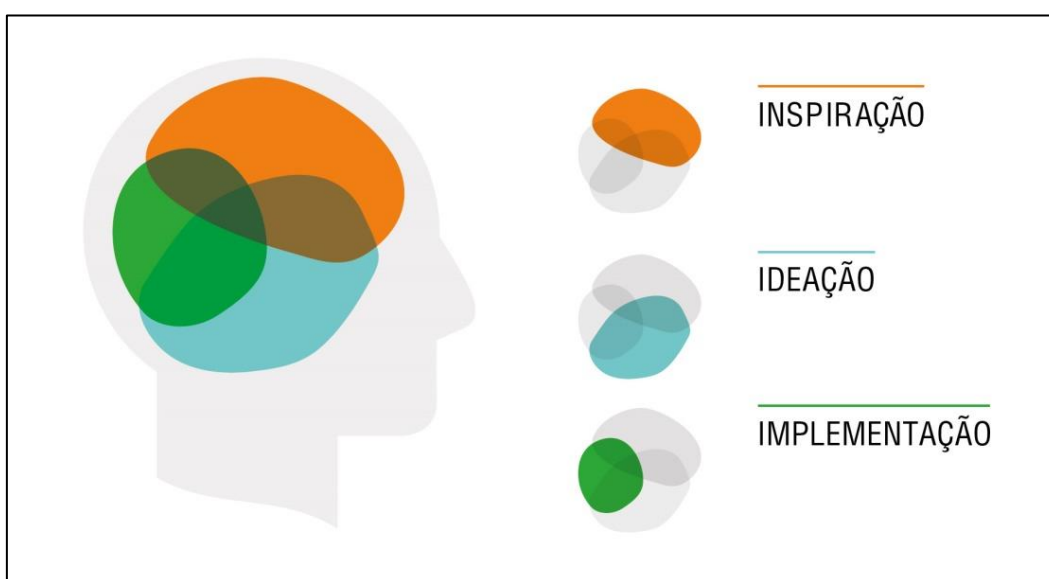
Exemplo disto é trazido pela IDEO (2016), companhia global que gera impacto através do *design*. Conforme definição própria, a IDEO “é uma premiada empresa global que leva o *design* centrado no homem como abordagem para auxiliar organizações públicas e privadas em seu crescimento e inovações” (IDEO, 2016).

A IDEO, além de colocar o pensamento centrado no ser humano como prática em suas atividades desenvolveu e disponibilizou através do site www.designkit.org o *Design Kit*, contendo ferramentas para seguir a metodologia de *Human-Centered Design* – HCD (do inglês, *design* centrado no ser humano). Algumas destas ferramentas apresentadas no *Design Kit* serão usadas na metodologia para o desenvolvimento da ferramenta proposta.

O *design kit* certamente não é o único lugar para aprender sobre o poder do *design* centrado no ser humano. Estes livros, manuais e downloads gratuitos são todos grandes destinos para ajudá-lo em sua rotina de inovação e solução de problemas (IDEO, 2016, tradução nossa).

O *design* centrado no ser humano não é uma metodologia linear e independente dos desafios, o *designer* passará por três fases construídas através da empatia com o indivíduo ou comunidade para o qual se está projetando: inspiração, ideação e implementação (IDEO.org, 2015). A metodologia da empresa pode ser visualizada através da figura 8, onde se percebe que as metodologias poderão ser sobrepostas no processo de criação.

Figura 8 - Metodologia do *design* centrado no ser humano pela IDEO



Fonte: IDEO.org (2015)

Exemplo de trabalho realizado pela empresa e exposto no *site* da companhia é o *Clean Team*, que teve como objetivo solucionar o problema da falta de saneamento básico nas residências em Kumasi, no país de Gana, na África. A partir do *Clean Team*, foram instalados mais de 600 vasos sanitários projetados para atender as demandas do local e está atendendo 4.500 pessoas.

Nas figuras 9 e 10 pode-se verificar como funciona a proposta citada, que além de trazer solução para o problema de saneamento, também contou com trabalhadores da comunidade local, como o “operador local franqueado” e “os serviços locais de caminhão a vácuo”. O funcionamento completo do projeto é mostrado na figura 10.

Figura 9 - *Clean Team*, projeto desenvolvido pela IDEO



Fonte: IDEO (2016)

Figura 10 - Funcionamento do projeto *Clean Team*



Fonte: Adaptado pela autora baseado em IDEO (2016).

Outro projeto desenvolvido tendo o homem como centro da solução para o problema foi o “*Hippo Roller Water Project*” (figura 11), criado por dois engenheiros sul africanos, Pettie Petzer e Johan Jonker. O objetivo do trabalho foi substituir os galões de água carregados por mulheres em suas cabeças por carrinhos com maior capacidade e de fácil transporte (HIPPO ROLLER, 2017).

Figura 11 - *Hippo Roller Water Project*



Fonte: Hippo Roller (2017)

De acordo com Brown (2010), diretor executivo da *IDEO*, a empatia pode ser considerada o fator que distingue o pensamento acadêmico e o *design thinking*¹³, transformando as observações obtidas em *insights*¹⁴ por meio da empatia, e estes *insights*, por fim, resultam em produtos e serviços para melhorar a vida das pessoas.

A empatia é o hábito que nos leva a pensar nas pessoas como pessoas (...). A tentativa de ver o mundo através dos olhos dos outros, de compreender o mundo por meio das experiências alheias e de sentir o mundo por suas emoções (BROWN, 2010 p. 46 e 47).

Além da metodologia da *IDEO*, Bittencourt, Chaves e Taralli (2013) apresentam o discurso de Klaus Krippendorff (professor e pesquisador Alemão) apresentando os 4 pilares que eles acredita sustentar uma abordagem de *design* centrado no humano, sendo elas: 1) Entendimento de segunda ordem (o *designer* deve criar não com conceitos universais, mas em considerações ao contexto em que o usuário utiliza determinado artefato); 2) Significados (cada usuário poderá atribuir

¹³ “Conjunto de princípios que podem ser aplicados por diversas pessoas a uma ampla variedade de problemas. Se baseia na nossa capacidade de ser intuitivos, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional, nos expressar em mídias além de palavras ou símbolos.” Fonte: BROWN, 2010.

¹⁴ Compreensão repentina de um problema, ocasionada por uma percepção mental clara e, geralmente intuitiva, dos elementos que levam a sua resolução. Fonte: Dicionário online de português.

um determinado significado ao artefato); 3) Rede de *stakeholders*¹⁵ (o *designer* deve considerar todas as pessoas envolvidas na criação de um projeto); 4) Interfaces (o *designer* deve ir além das respostas sensório-motoras).

O *design* tendo o homem como centro de seus problemas pode ser também abordado quando fala-se em *design* social, porém, conforme o Sebrae (2015) este tema pode ser controverso, pois, por um lado, define-se *design* social qualquer processo que resulte em um impacto social positivo. Porém, por outro lado, a prática social, ambiental e econômica não é suficiente para enquadrar um projeto como *design* social. É preciso verificar também se o indivíduo para o qual se está projetando a solução faz parte do processo e se é parte da criação e decisões criadas. Como resultado disso, o Sebrae cita o *design thinking* já mencionado neste trabalho.

Não à toa, o *Design Thinking*, apoiado na empatia, na colaboração e na experimentação, tem sido adotado ao redor do mundo como um dos principais canais para promoção de mudanças positivas (SEBRAE, 2015).

Como perspectiva, Brown (2010) aposta no *design thinking* “como uma forma de explorar novas possibilidades, criar novas escolhas e levar novas soluções ao mundo” e que com o processo, temos a ganhar com uma sociedade melhor, empresas mais ricas e nossas vidas mais significativas. Manzini (2008) diz que o *designer* deve exercer um novo papel na sociedade, olhando não só para as inovações técnicas, mas também, para as inovações sociais e entre os pontos positivos agregados na aceitação desta nova atividade, está a valorização.

Já o Sebrae (2015), reconhecendo a importância do *design* social para os negócios, afirma que “as empresas têm buscado cada vez mais essa especialidade, tanto para criar um “braço” social para suas marcas quanto para realmente agregar valor à sua cadeia produtiva”.

A partir dos exemplos e referências abordadas até aqui, nota-se o quanto o *designer* tem a contribuir no desenvolvimento social e sustentável da nossa

¹⁵ Do inglês, *stake* significa interesse, participação, risco; *holder* significa aquele que possui. “*Stakeholder* também pode significar partes interessadas, sendo pessoas ou organizações que podem ser afetadas pelos projetos e processos de uma empresa”. Fonte: Site Portal Administração. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/07/stakeholders-significado-classificacao.html>>. Acesso em 14 de setembro de 2016.

sociedade, gerando, acima de tudo, valor, inovação, bem-estar e reconhecimento à profissão.

2.3 Voluntariado no Brasil e no *design*

Antes de tudo, é importante o entendimento do que se configura por trabalho voluntário. Conforme a lei nº 13.297, de 16 de junho de 2016, da Presidência da República, “Considera-se serviço voluntário, para os fins desta Lei, a atividade não remunerada prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou a instituição privada de fins não lucrativos que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência à pessoa”.

O termo voluntário tem sua origem na expressão do latim *voluntas*, e significa vontade, querer, desejo (TEIXEIRA, 2011). Para a ONU, “voluntário é o jovem, adulto ou idoso que, devido a seu interesse pessoal e seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração, a diversas formas de atividades de bem estar social ou outros campos”. Para a ONU, o voluntariado traz benefícios tanto para quem exerce a atividade tanto para a comunidade que recebe a ajuda. Neste sentido, o SESC (2007), através do programa Mesa Brasil, define que o trabalho voluntário é uma via de mão dupla, pois além de contribuir em prol de uma causa, o voluntário pode realizar novas experiências, frequentar novos ambientes, conhecer pessoas e ainda, exercer a possibilidade real de crescimento pessoal e desenvolvimento profissional.

Uma pesquisa da Fundação Itaú Social, realizada pelo Instituto Data Folha em 2015, que entrevistou 2.024 brasileiros em 135 municípios, revela que 29% dos entrevistados não participam de nenhuma atividade voluntária pois nunca foram convidados, enquanto 18% não sabem onde obter informações a respeito do tema. Conforme o vice-presidente da fundação, a pesquisa aponta que existe um grande potencial para ampliar o número de voluntários no país. Com base neste estudo, pode-se perceber que existe ainda um grande campo para ser explorado no que diz respeito à busca por novos voluntários.

Atualmente existem algumas entidades que trabalham fazendo a conexão entre organizações que necessitam de trabalho voluntário, e pessoas disponíveis a se voluntariarem. Exemplo disto é a Parceiros Voluntários, que define-se como uma ONG assessorando outras ONGs, ou seja, através deles, é possível buscar outras organizações que procuram por trabalho voluntário. A Parceiros Voluntários atua no Rio Grande do Sul através de 48 unidades em 51 cidades gaúchas, e para tornar-se um voluntário, é preciso entrar em contato com a representante de cada região para então ser direcionado a uma entidade que necessita de voluntário.

Outro exemplo de entidade que atua fazendo esta conexão é o *site* www.voluntarios.com.br, onde pode-se buscar nome e endereço de entidades que trabalham para um causa social em qualquer cidade do Brasil. Ao buscar pela cidade de Lajeado, Rio Grande do Sul, encontra-se o nome e contato de uma entidade do município, porém, não está especificado o tipo de trabalho voluntário disponível. Ainda no meio digital, tem-se também como exemplo o *site* www.sociomotiva.com. Através dele, pessoas e entidades podem promover iniciativas de mobilização social ou participar de iniciativas já existentes.

Já a UNESCO¹⁶, instituição de forte expressão no mundo, não possui um programa específico, e através do seu *site*, indica algumas instituições, programas e associações parceiras, como Parceiros Voluntários, para a realização da atividade não remunerada. Já a ONU possui um portal online (www.onlinevolunteering.org) com oportunidades de trabalho voluntário onde inclui vagas em *design*, porém, este é direcionado para o mundo todo. Ao buscar oportunidades de trabalhos de *design* no Brasil¹⁷, encontram-se duas oportunidades, ambas descritas apenas nas línguas espanhol e inglês.

Na área do voluntariado em *design* destaca-se a *Design 4 dignity* (do inglês *Design* para dignidade), que é uma organização voltada ao *design* para ambientes e tem por objetivo transformar os espaços das organizações sem fins lucrativos em ambientes mais agradáveis, confortáveis e dignos, como mostrado na figura 12, que demonstra um projeto realizado com uma imagem do antes (à esquerda) e depois (à

¹⁶ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

¹⁷ Pesquisa realizada no dia 12 de outubro de 2016 às 19 horas e 30 minutos.

direita). A entidade está localizada nos Estados Unidos e para cadastrar-se como voluntário, deve-se preencher um formulário disponível em seu *site*.

Figura 12 - Antes e depois de um projeto feito por *Design 4 dignity*



Fonte: Design 4 dignity (2016)

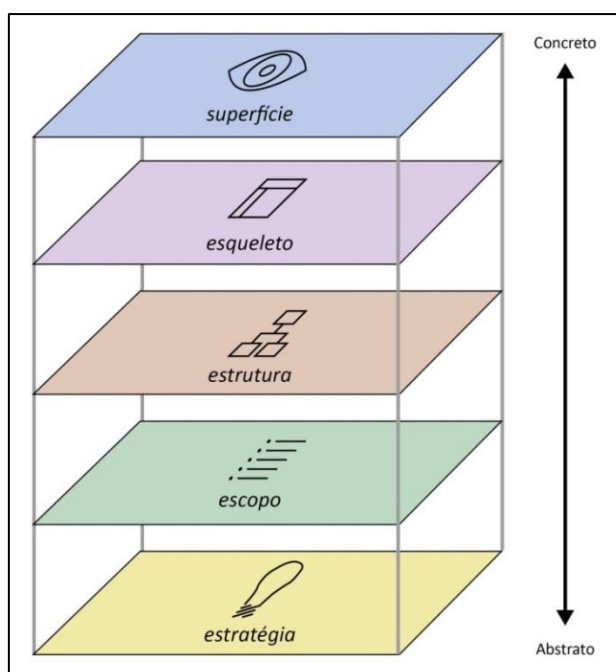
A partir do que expôs-se até aqui, nota-se que as pessoas estão dispostas a ajudar, porém, existe uma grande dificuldade de busca e oferta de trabalho voluntário na área do *design* em nosso país. Sabendo também da importância do *design* para o desenvolvimento sustentável, pode-se dizer que os temas abordados vão de encontro ao objetivo deste trabalho, além de reforçar a problematização já apresentada anteriormente.

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da pesquisa aqui estudada, foi necessário aplicar uma metodologia de *design* a fim de auxiliar e realizar todas as etapas do projeto de forma plena. Conforme Bonsiepe (2015), o *design* sistemático, ou metodologia, é importante, pois a partir dele é possível seguir uma conduta planejada e controlada. Para ele, é necessário atentar-se aos atos preparatórios, pois eles causam ou facilitam a ação principal.

Para este trabalho utilizou-se da metodologia de Garret (2011) voltada à experiência do usuário, considerada de extrema importância para este projeto.

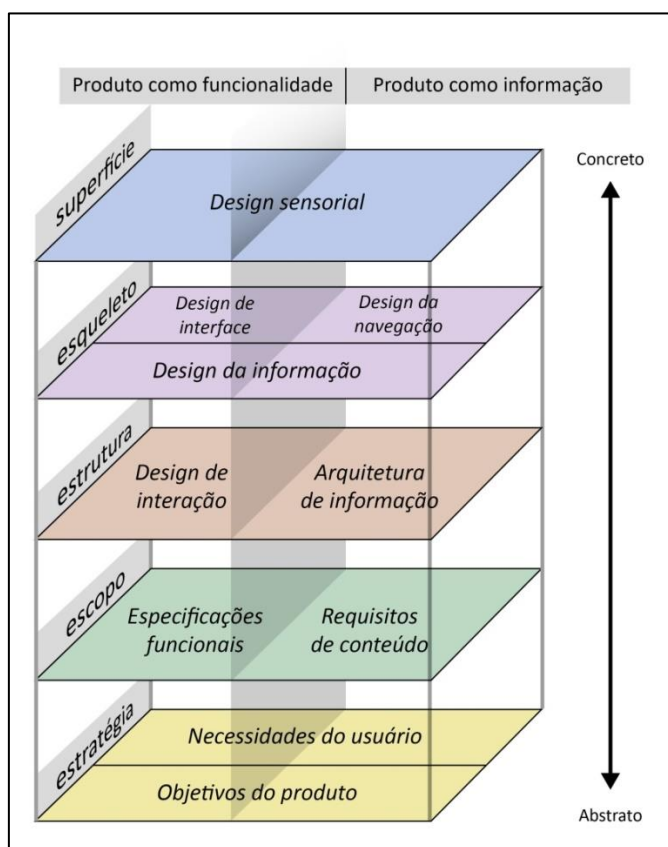
Figura 13 – As 5 etapas de Garret



Fonte: Adaptado pela autora baseado em Garret (2011, pg. 22)

A metodologia do autor é dividida em 5 etapas, que devem ser executadas de baixo para cima, e vai do abstrato ao concreto (figura 13). Para um melhor entendimento dos elementos da experiência do usuário em cada etapa, Garret (2011) ainda divide a metodologia ao meio, em dois contextos (figura 14). Um é voltado à interface visual e funcionalidade e o outro é voltado ao conteúdo e à arquitetura das informações.

Figura 14 - Elementos da experiência do usuário



Fonte: Adaptado pela autora baseado em Garret (2011, pg. 29)

As cinco etapas de Garret (2011) acontecem da seguinte forma:

1. **Estratégia:** é onde se define os objetivos do produto e necessidades do. Essas necessidades são determinadas através de pesquisas com os usuários e os objetivos podem ser compreendidos através de informações de mercado e possibilidades tecnológicas (PASSOS E SILVA, 2010).

2. **Escopo:** é formada pelas características e funções do *site*. Nesta etapa são criadas as especificações funcionais e os requisitos de conteúdo (GARRET, 2011).
3. **Estrutura:** esta etapa definirá os caminhos que o usuário percorrerá na interação com a interface e a organização dos elementos de informação, que facilitarão a compreensão do usuário (GARRET, 2011).
4. **Esqueleto:** é a forma concreta daquilo que foi definido na estrutura. De um lado, está o design da interface e navegação, que determinam a interação do usuário. Do outro lado, está a informação, que são os conjuntos de elementos que permitem o movimento do usuário (GARRET, 2011).
5. **Superfície:** independente de ser um produto voltado a funcionalidade ou informação, a preocupação nesta etapa é com a experiência sensorial. (GARRET, 2011). Passos e Silva (2010, p. 96) complementam que todo este visual desenvolvido nesta etapa “tem relação com o funcionamento do sistema e dá suporte aos objetivos definidos nos planos anteriores”.

No intuito de aplicar conceitos técnicos para uma ferramenta digital e conceitos humanos para o *design* voltado ao ser humano, somou-se à metodologia de Garret a metodologia da IDEO, com o processo de *Human-Centered Design* (*design* centrado no ser humano). Para isso, ao longo das etapas, aplicaram-se algumas ferramentas desta metodologia que está dividida em três (IDEO.org, 2015):

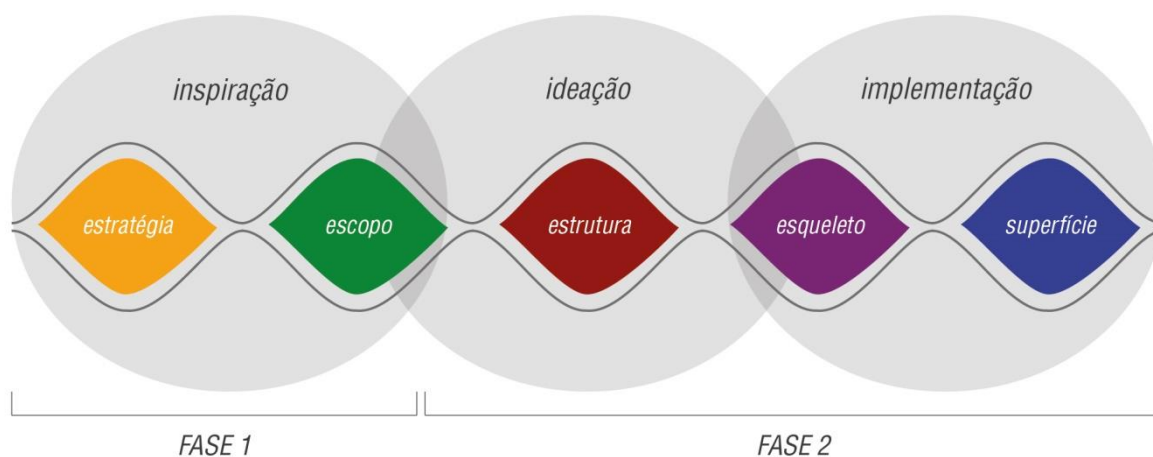
1. **Inspiração:** é onde o criador estará imerso no mundo do indivíduo ou comunidade a fim de entendê-lo da melhor forma possível. Neste fase, o designer irá aprender a entender as pessoas, observando suas rotinas e desejos;
2. **Ideação:** nesta etapa o *designer* dará sentido a tudo aquilo que ele coletou no processo anterior, através da geração de alternativas e identificando oportunidades;

3. **Implementação:** o *designer* terá a chance de colocar a sua ideia no mercado, procurando maximizar seu impacto para o mundo;

O desenvolvimento deste trabalho através das metodologias foi realizado em duas fases: a fase 1, realizada no segundo semestre de 2016, e contemplou as etapas de estratégia e escopo de Garret (2011); e a fase 2, realizada no primeiro semestre de 2017, onde fez-se melhorias e complementou-se o que foi desenvolvido na fase 1, e ainda, realizou-se as três últimas etapas de Garret, chegando no resultado apresentado ao final deste trabalho.

A união das duas metodologias foi ilustrada pela autora (figura 15) e mostra que em todas as etapas utilizou-se do processo criativo de divergência e convergência, isto é, durante o processo de divergência ampliou-se a visão e criaram-se opções e possibilidade, e no processo de convergência, fechou-se o problema escolhendo a melhor alternativa para dar sequência às próximas etapas.

Figura 15 - Metodologia da IDEO combinada com de Garret



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

As duas metodologias já citadas não foram aplicadas de forma isolada ou linear, mas sim, inter-relacionados e combinadas, pois uma metodologia serviu de apoio à outra. O processo de Garret (2011) com os cinco passos foi utilizado como base para dar direção ao produto final desejado. Já a metodologia da IDEO, através

das ferramentas propostas, foi aplicada em uma espécie de plano de fundo, dando apoio em todos os processos e decisões das cinco etapas.

3.1 Estratégia

Na etapa de estratégia foi realizada uma pesquisa bibliográfica acerca do assunto que se está abordando e que se encontra no capítulo 2. Também nesta etapa, foi definida a problematização através dos objetivos gerais, específicos e justificativa da pesquisa e estão presentes no item 1.1. A IDEO.org (2015) chama este processo de *secondary research* (do inglês, pesquisa secundária), e sugere que se faça uma pesquisa, tanto *online* quanto em livros, no intuito de conhecer contexto, história e dados relacionados ao tema que se está trabalhando.

Ainda na etapa de estratégia realizou-se um levantamento de dados que aconteceu de duas formas: a partir de uma **análise de similares** e com a **identificação dos usuários**, esta última através de duas pesquisas (quantitativa e exploratória). Para estes dois processos tiveram-se como base as ferramentas da IDEO.org (2015) chamadas de *analogous inspiration* (do inglês, inspiração por analogia), que consistem em análise de conceitos, produtos e comportamentos semelhantes àquilo que se está buscando, e *recruiting tools* (do inglês, ferramentas de recrutamento), que sugere que se leve em consideração extremos no que diz respeito à idade, gênero, etnia, classe e posição social ao recrutar pessoas para pesquisas. O levantamento de dados poder ser verificado no capítulo 4.

Para a análise de similares, buscaram-se quatro referências consideradas similares com a proposta deste trabalho, porém, com objetivos diferentes. As quatro ferramentas analisadas foram escolhidas pela autora através de pesquisa ou experiência própria com a ferramenta. Foram analisadas as interfaces e construído seus respectivos fluxogramas no intuito de compreender de que forma o usuário interage com essas ferramentas, e ainda, analisado seus pontos positivos e negativos.

Para a identificação dos usuários se fez inicialmente uma pesquisa exploratória no intuito de validar a problematização deste trabalho. Através de um

questionário (Apêndice A) de 10 perguntas (dissertativas e múltipla escolha), aplicou-se ele a 8 graduados do curso de *design* pelo Centro Universitário Univates no intuito de compreender de que forma estas pessoas enxergavam o voluntariado na área do *design*. Dos entrevistados, 4 eram mulheres e 4 homens, sendo 7 pessoas na faixa etária de 25 e 34 anos e uma pessoa na faixa etária de 35 e 44 anos. Destes, apenas 1 pessoa entrevistada não trabalha atualmente com *design*. Essas pessoas foram escolhidas pela autora e o questionário foi aplicado através da plataforma *typeform*¹⁸.

Ainda para a identificação dos usuários foi aplicado um questionário de pesquisa quantitativa (Apêndice B) no intuito de compreender se o que foi coletado na pesquisa anterior se confirmaria entre a maioria das pessoas da área do *design*. Através da plataforma *typeform* aplicou-se um questionário com 9 questões de múltipla escolha em 31 pessoas localizadas principalmente na região do Vale do Taquari, Rio Grande do Sul. Dos 31 entrevistados, 18 pessoas possuem entre 18 e 24 anos, 12 possuem entre 25 a 34 anos e 1 pessoa está na faixa etária dos 25 aos 44 anos. Os entrevistados iniciaram a graduação em anos distintos, que variou entre 1992 e 2016. Do total de entrevistados, 21 pessoas trabalham atualmente na área do *design*.

Na fase 2 deste trabalho notou-se a necessidade de informações mais profundas em relação aos usuários envolvidos, portanto, realizou-se entrevistas individuais com quatro pessoas, sendo duas da área do voluntariado (ONG's), e duas da área do *design* (voluntários). Os entrevistados são pessoas que atuam na região do Vale do Taquari e foram escolhidos pela autora. Três entrevistas aconteceram de forma presencial e uma foi realizada através do *Skype*¹⁹. Aplicou-se um roteiro semiestruturado (Apêndice C), com perguntas pré-formuladas e outras que surgiram conforme o andamento da conversa.

¹⁸ Plataforma para a construção de formulários de pesquisas online. Fonte: typeform.com

¹⁹ Software que permite fazer chamadas de áudio e vídeo, trocar mensagens de *chat* e muito mais. Fonte: www.skype.com

3.2 Escopo

Com base nas informações levantadas na etapa de estratégia, principalmente com o levantamento de dados e análise de resultados, criou-se uma ideia do projeto a ser desenvolvido. A partir disso, a autora desenvolveu duas listas: uma de especificações funcionais e outra de requisitos de conteúdo. Na lista de **especificações funcionais**, analisaram-se os aspectos ergonômicos e de experiência do usuário e aspectos de interação e usabilidade, tendo como base os conceitos pesquisados no referencial bibliográfico feito anteriormente. Na lista de **requisitos de conteúdo** consideraram-se dois públicos específicos como usuário da ferramenta: *designers* voluntários (que inclui também estudantes de *design*) e usuários de instituições. Para ambos os públicos, foram criadas listas diferentes que definem as ações possíveis a serem tomadas durante a navegação.

Na segunda fase do trabalho, após complementar o levantamento de dados com a realização das entrevistas individuais, sentiu-se a necessidade de fazer ajustes nas duas listas criadas anteriormente. As duas listas criadas na fase 1 podem ser conferidas através do apêndice D e E, e as listas finais podem ser visualizadas no capítulo 5 deste trabalho.

3.3 Estrutura

Definida a etapa de escopo, iniciou-se a etapa de estrutura, considerada o ponto intermediário em que deixamos as considerações abstratas das etapas anteriores, e iniciamos os fatores concretos que irão determinar a experiência do usuário deste ponto em diante (GARRET, 2011). A partir da definição dos requisitos de conteúdo e especificações funcionais realizados anteriormente, criou-se o fluxograma de arquitetura da ferramenta, definindo a navegabilidade e a divisão das categorias do *site*.

A forma mais comum de iniciar este processo é pela categorização dos elementos (GARRET, 2011). Para isso, os requisitos de conteúdo foram postos lado a lado e identificados conforme sua similaridade, para que posteriormente, fossem

classificados em níveis. Garret (2011) coloca que existem duas formas de fazer esta categorização: de cima para baixo, e de baixo para cima. Para esse trabalho, escolheu-se a segunda opção, que consiste em agrupar o material já coletado, e uni-lo em categorias de baixo nível, e posteriormente, agrupando-os em um nível superior, direcionando a estrutura que irá refletir os objetivos do *site* e as necessidades do usuário (GARRET, 2011).

Por fim, criou-se o fluxograma de arquitetura, que caracterizou-se pelo formato de pente, tendo sua área apresentada no formato comprido; e amplo, tendo muitos itens em um mesmo nível (MORAES E SANTA ROSA, 2012). Para Garret (2011), o fluxograma é a melhor ferramenta para arquitetura da informação ou *design* de interação e não é necessário que ele apresente detalhadamente todos os recursos disponíveis, pois isso poderá confundir ao invés de ajudar.

Teve-se como apoio para a realização deste processo a ferramenta *create frameworks* (do inglês crie estruturas de trabalho) da IDEO.org (2015) que consiste em representar de forma visual os dados coletados, sendo uma ótima forma de fazer sentido a eles. Também, utilizou-se nesta etapa a ferramenta *journey map* (do inglês, mapa de jornada), técnica utilizada para mapear a jornada do usuário no intuito de conseguir visualizar sua experiência do início ao fim (IDEO.org, 2015). A construção do fluxograma pode ser verificar no item 6.1 dentro do capítulo 6 denominado de etapa criativa.

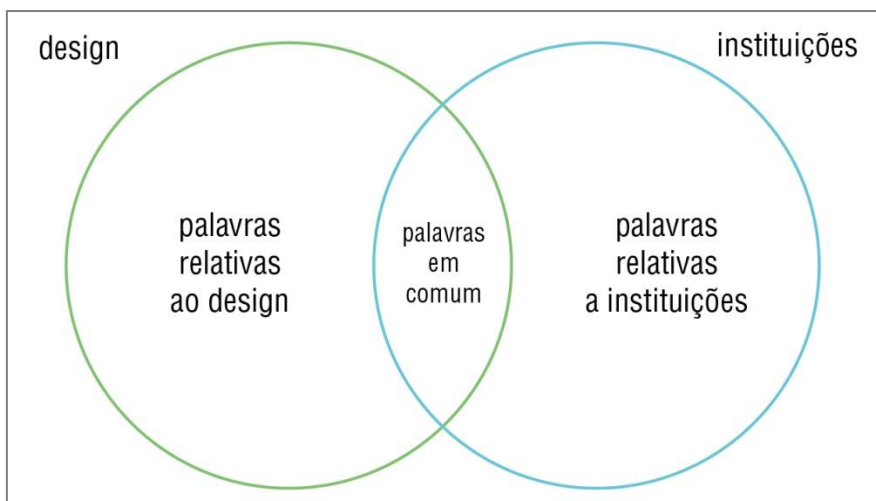
Ainda na etapa de estrutura, iniciou-se o desenvolvimento do nome do produto criado. Para isso, utilizaram-se duas ferramentas da IDEO.org (2015) denominadas de *bundle ideas* (do inglês, pacote de ideias) que sugere que a partir das ideias e conceitos gerados, o *designer* as combine conforme similaridade; e *brainstorm* (do inglês, tempestade de ideias) que é uma técnica que consiste em gerar o máximo de ideias possíveis para chegar até a resposta do problema.

Com a utilização da ferramenta *bundle ideas* (pacote de ideias) criou-se dois cenários diferentes com palavras relativas a voluntariado e *design*, e representados pela figura de um diagrama de Venn²⁰, conforme sugerido pela IDEO.org (2015)

²⁰ Diagrama de Venn é um método que consiste em separar dados obtidos em pesquisas e representa-los utilizando-se circunferências que formam a união e interseção destes dados. Fonte: MUNDO EDUCAÇÃO. Aplicações dos Diagramas de Venn. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/matematica/aplicacoes-dos-diagramas-venn.htm>>. Acesso em: 13 de maio de 2017.

através da ferramenta *frameworks*. No diagrama coloca-se dentro de uma circunferência os dados de um conjunto A e no outro lado, os dados de um conjunto B, e no centro, posiciona-se os dados que repetem-se em ambos os lados, ou a soma dos dados comuns. Este conceito está exemplificado através da figura 16.

Figura 16 - Diagrama de Venn



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A partir destes cenários criados, utilizou-se da técnica de *brainstorm* (tempestade de ideias) para gerar alternativas ao nome a ser escolhido. As alternativas foram postas em um quadro, lado a lado, e escolhida a que melhor encaixou-se à proposta deste trabalho. O desenvolvimento do processo de escolha do nome pode ser verificado no item 6.2 deste trabalho.

3.4 Esqueleto

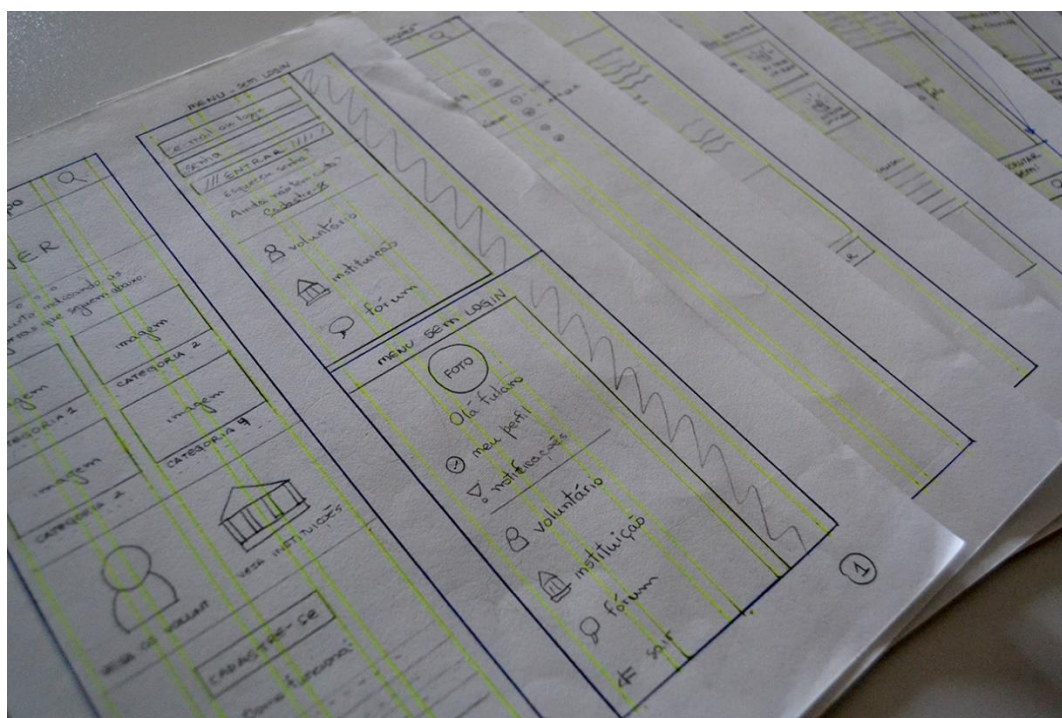
Concluída a etapa de estrutura, partiu-se para a etapa de esqueleto, a qual o processo preocupa-se quase que exclusivamente aos componentes do *site* e suas relações, envolvendo um nível maior de detalhamento (GARRET, 2011). Para isso, iniciou-se o desenvolvimento dos *wireframes*²¹. Para a elaboração deles, consideraram-se questões levantadas no referencial bibliográfico, como a hierarquia

²¹ Wireframes: representação dos componentes de uma página e como eles se encaixam juntos. Fonte: Garret (2011).

das informações na tela em níveis de lida (2005) e com o conceito “Não me faça pensar” de Krug (2006).

A partir do fluxograma criado ao longo da etapa de estrutura criaram-se as primeiras telas de *wireframes* de forma manual (figura 17). Ao todo foram 12 telas desenhadas, todas disponíveis no apêndice F ao final deste trabalho. Para a criação delas, utilizou-se o formato de tela de telefones celulares, levando em consideração o conceito *MOBILE FIRST* (do inglês, telefone móvel primeiro), que como o nome já sugere, indica o desenvolvimento das telas iniciando-se pelas interfaces de telefones celulares (*mobile*), tendo como objetivo não dar espaço para informações duvidosas, já que as telas são menores e faz-se necessária a sintetização do conteúdo, enquanto que no formato *desktop* (computador de mesa) coloca-se informações em excesso por haver mais espaço de interface disponível (AGNI, 2016).

Figura 17 - Wireframes criados de forma manual



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Após o desenho manual das telas, partiu-se para o desenho digital. A autora realizou diversos ajustes, considerando alterações que trouxeram melhorias ao projeto. Utilizou-se apenas uma cor e suas variações de tonalidade (figura 18) pois

nesta etapa a atenção concentra-se aos elementos, formas e disposição, para que posteriormente possam ser definidas as cores (ZIELINSKI, 2017).

Figura 18 - *Wireframe* criado em apenas uma cor e suas tonalidades



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Desenvolvidas as telas para *mobile*, foram feitas as adaptações para o formato *desktop* e *tablet*, considerando-se questões de responsividade. A responsividade no *design* de interface trata de “programar um *site* de forma que os elementos que o compõem se adaptem automaticamente à largura de tela do dispositivo no qual ele está sendo visualizado” (TEIXEIRA, 2011). Para as versões *desktop* e *tablet* desenhou-se, de forma digital, apenas três telas para cada formato. Garret (2011) coloca que uma única página de *wireframe* é suficiente para servir como referências às telas a serem construídas quando o projeto é menor, porém, para muitos projetos, são necessários mais *wireframes* para mostrar a complexidade

de cada tela. No entanto, para o autor, não é necessário criar cada página individual. Todos os *wireframes* desenvolvidos no formato digital para *mobile* encontram-se no anexo G e os *wireframes* para *tablet* e *desktop* no anexo H ao final deste trabalho.

Ainda na etapa de esqueleto realizou-se a técnica de *cardsorting* para definir as categorias apresentadas na tela inicial do *site*. Utiliza-se essa técnica na área de interação humano-computador para entender de que forma os usuários organizam as categorias apresentadas no *site* (MORAES e SANTA ROSA, 2012). Para a IDEO.org (2015) este é um processo em que o usuário coloca em ordem de prioridade aquilo que é mais importante para ele. Apesar de estar se utilizando do método da IDEO neste trabalho, para a aplicação do *cardsorting*, utilizou-se da técnica de Moraes e Santa Rosa, considerado mais adequado para o objetivo que se espera.

Conforme Moraes e Santa Rosa (2012) existem dois tipos de *cardsorting*: de modelo aberto, no qual se entregam aos participantes cartões com o conteúdo do *site* sem categorias definidas; e modelo fechado, onde se entregam as categorias já estabelecidas e os cartões, pedindo que o participante os coloquem dentro da categoria que melhor se encaixa.

Para este trabalho aplicou-se os dois modelos anteriormente citados. Os cartões aplicados foram os mesmos para ambos. No total, foram 31 cartões contendo o título de atividades desenvolvidas por *designers* ou profissionais da área criativa, e como reforço, utilizaram-se imagens que representassem o que cada cartão significava. Moraes e Santa Rosa (2012) explicam que se faz necessário a inclusão de uma explicação do título quando o objetivo é organizar conceitos. Os cartões aplicados estão disponíveis no apêndice I ao final deste trabalho.

A técnica de *cardsorting* aplicada iniciou-se pelo modelo aberto, sendo aplicada de forma individual em 13 pessoas, homens e mulheres, residentes do Vale do Taquari, Rio Grande do Sul, e tendo em comum a profissão ligada na área criativa (*designers*, publicitários e técnicos em comunicação visual). Moraes e Santa Rosa (2012) recomendam de sete a dez participantes, porém, a autora preferiu aumentar o número de participantes pois considerou necessário uma amostragem maior em virtude da divergência de classificação entre alguns participantes.

Na aplicação do modelo aberto (figura 19) a autora entregou aos participantes os 31 cartões já mencionados e ainda 6 cartões em branco. Foi solicitado aos participantes que agrupassem os cartões em até 6 categorias, da forma que melhor lhe fizesse sentido, e após isso, escrevessem nos cartões em branco uma sugestão de nome para a categoria criada. Após essa coleta, a autora realizou uma análise informal, que caracteriza-se pela observação das categorias criadas e seus respectivos itens e o reconhecimento de padrões através do agrupamento do que é semelhante (MORAES e SANTA ROSA, 2012). A partir desta análise agruparam-se as categorias criadas pelos participantes, restando então cinco grupos finais. As categorias que foram consideradas fora do padrão das demais, foram colocadas dentro de um grupo chamado OUTROS e posteriormente descartadas.

Figura 19- Participante realizando *cardsorting* de modelo aberto



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Para compreender o tipo de atividade que a maioria classificou dentro dos cartões, fez-se a contagem dos cartões enumerando-se aqueles que apareceram de forma majoritária dentro de cada grupo de categorias. Com isso, além da definição das 5 categorias, obteve-se uma noção das atividades que compreendiam cada uma delas.

No intuito de confirmar essa classificação e compreender de que forma as pessoas que não possuem contato com a área criativa entendiam essas classificações, aplicou-se posteriormente a técnica no formato fechado. Foram 7

participantes, homens e mulheres, residentes do Vale do Taquari, Rio Grande do Sul, tendo em comum o fato de não trabalharem ou terem contato acadêmico com alguma atividade que envolva a área criativa (*design*, publicidade e comunicação visual). Utilizou-se os 31 cartões já mencionados e ainda, 5 cartões contendo o nome das categorias criadas anteriormente.

Iniciou-se a técnica solicitando ao participante que visualizassem os 31 cartões de atividades para ter certeza que não havia dúvida do que cada um significasse. Posteriormente, 5 categorias foram dispostas em uma mesa e solicitou-se que o participante incluísse os cartões de atividades dentro da cada categoria, da forma que melhor lhe fizesse sentido. Após a coleta das informações, a autora novamente realizou uma análise informal. A técnica aplicada e sua análise completa podem ser conferidas no item 6.4 dentro do capítulo 6 deste trabalho.

3.5 Superfície

Considerando que nesta etapa final a ferramenta apresentará todas as formas visuais do projeto, iniciou-se pela criação da identidade visual com o desenvolvimento do logotipo, escolha da paleta de cores e da tipografia. O primeiro passo do desenvolvimento da identidade visual foi a criação de um conceito. A IDEO.org (2015) com a ferramenta *create a concept* (do inglês, crie um conceito) sugere que após todas as ideias levantadas, crie-se um conceito pleno, pois é mais polido e completo do que uma ideia. Feito isso, iniciou-se a geração de alternativas de traços, símbolos e representações visuais daquilo que se buscava passar com o conceito escolhido.

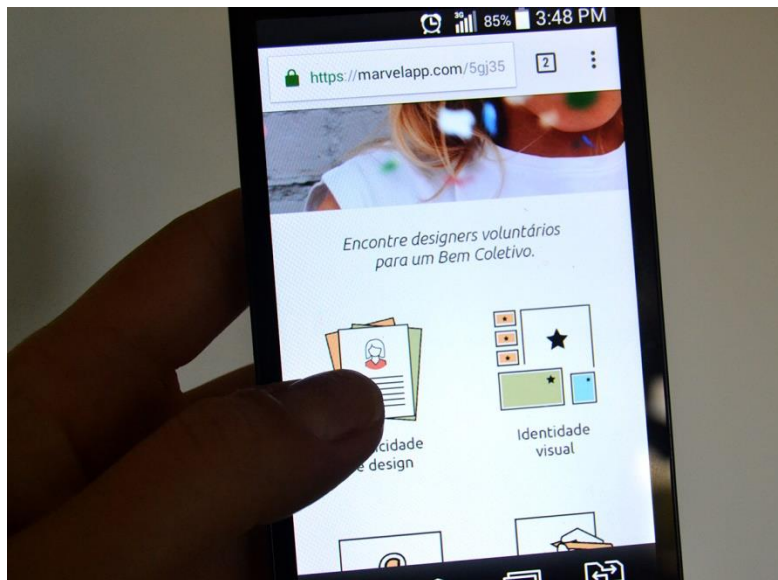
Definida a melhor opção, desenvolveu-se o logotipo final com todos os acabamentos necessários. A partir disto, definiu-se a paleta de cores e a tipografia a ser utilizada em toda a interface. A partir disso foram desenvolvidas as telas finais, utilizando-se como base os *wireframes* já criados na etapa de esqueleto e aplicando a identidade visual desenvolvida anteriormente. Assim como na criação dos *wireframes*, para a criação das telas finais iniciou-se pelo formato *mobile* e após foram feitas as adaptações para o formato *desktop* e *tablet*.

As telas do formato *mobile* foram desenvolvidas na resolução de 320 pixels²² de largura; já o formato *tablet* foi desenvolvido utilizando-se a resolução de 768 *pixels* e para o formato *desktop* 1200 *pixels* de largura. Em todos os formatos utilizou-se de grids para a distribuição do conteúdo e informação, sendo que no formato *mobile* foi utilizado um grid de 4 colunas, e nos formatos *desktop* e *tablet* foram 12 colunas. Garret (2011) explica que um *layout* baseado em *grids* assegura uma uniformidade para criar-se as variações dos conteúdos, porém, existe uma grande dificuldade de definir um padrão de *grid* a ser seguido pois os tamanhos de telas e resoluções mudam constantemente, portanto, o autor sugere uma pesquisa para compreender o que é mais adequado para o projeto. O tamanho das resoluções citadas anteriormente foi retirado do site www.tableless.com.br que possui conteúdos especialmente voltados ao desenvolvimento de *web*. O desenvolvimento destas telas encontra-se no item 6.6 dentro do capítulo 6, e todas as telas finais criadas para o site encontram-se no apêndice J.

Criou-se, no formato *mobile* um número de telas suficientes para que fosse possível realizar um protótipo para aplicar um teste de validação. Utilizou-se como apoio para a fase de teste a ferramenta *Pilot* (do inglês, piloto) da IDEO.org (2015), que define esta etapa como um teste de longo prazo mas necessário de ser realizado antes de ir ao mercado. Ainda, colocam que com a execução desta ferramenta, pode-se ter uma ideia se o que se projetou realmente desejável e viável para o mercado.

²² São pontos que se referem à menor parte de uma imagem digital, e o termo resolução serve para atribuir quantos pixels em altura e largura uma imagem tem. Fonte: Tecmundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/imagem/203-o-que-e-pixel-.htm>>. Acesso em: 21 de maio de 2017.

Figura 20 - Protótipo montado para teste de validação



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O teste de validação foi criado dentro da plataforma Marvel²³ (figura 20) e foi aplicado em 4 pessoas, sendo duas delas pessoas envolvidas com a área criativa e duas pessoas sem envolvimento profissional ou acadêmica com a área. O resultado do teste de validação pode ser conferido no item 6.7 deste trabalho.

²³ Site que permite que se façam edições e conexões de telas formando links que simulam o funcionamento da ferramenta final. Fonte: MARVEL APP. Disponível em: < www.marvelapp.com>. Acesso em: 31 de maio de 2017.

4 LEVANTAMENTO DE DADOS E RESULTADOS

O levantamento de dados é uma etapa importante para o projeto pois através deste recurso têm-se informações relevantes muito próximas ao tema abordado.

Para este trabalho, utilizou-se duas formas de levantamento de dados diferentes: análise de similares e identificação dos usuários. Para a análise de similares analisou-se quatro ferramentas similares consideradas adequadas para o seus propósitos mas inadequadas para os objetivos deste trabalho. Para a identificação dos usuários, aplicou-se inicialmente um questionário de teor quantitativo, no intuito de compreender se existiria um número considerável de *designers* adeptos ao trabalho voluntário, e um questionário de teor exploratório, no intuito de compreender o que pensam os *designers* a respeito deste tema. Ainda na identificação dos usuários, realizou-se uma entrevista com quatro pessoas, sendo dois *designers* e duas pessoas de ONG's.

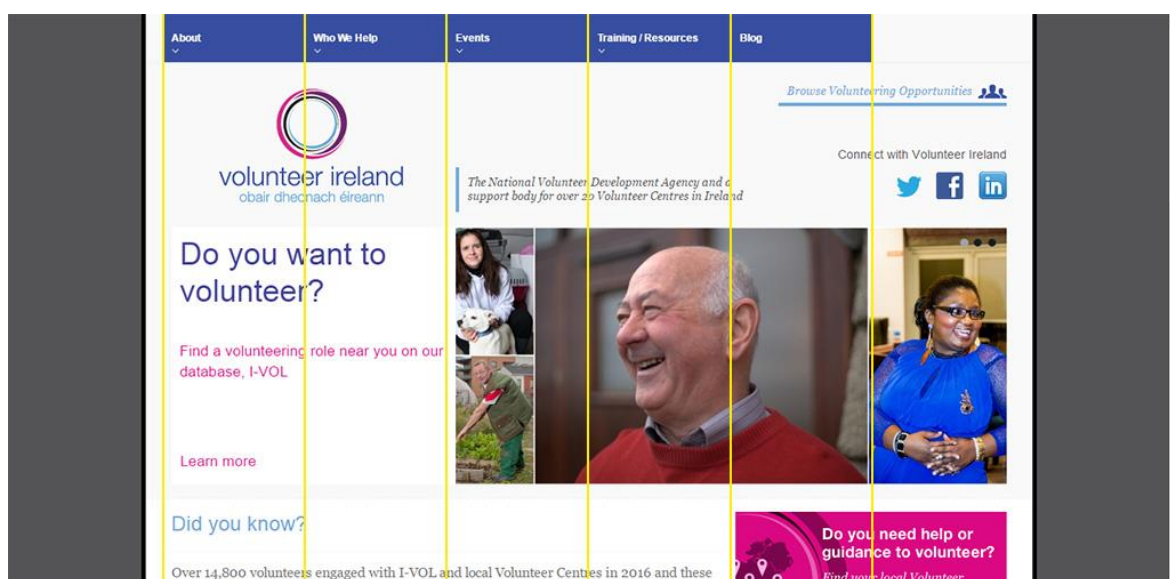
4.1 Análise de similares

Os *sites* analisados foram escolhidos pela autora através de pesquisa ou experiência própria. O *site Irlanda Voluntária* foi escolhido pois a autora já utilizou a ferramenta em uma experiência de intercâmbio tendo um resultado positivo na sua utilização. O *sites Voluntários das Nações Unidas*, *Adote um Briefing* e *Busca voluntária* foram encontrados a partir de pesquisas no Google ou indicações.

4.1.1 Irlanda voluntária

É um *site* situado na Irlanda e seu principal objetivo é promover o voluntariado no país. Entre as funções, está o cadastro de vagas voluntárias por partes das instituições e busca de vagas por parte dos voluntários. Originalmente a ferramenta chama-se Volunteer Ireland (do inglês Irlanda Voluntária) e está disponível acessando www.volunteer.ie.

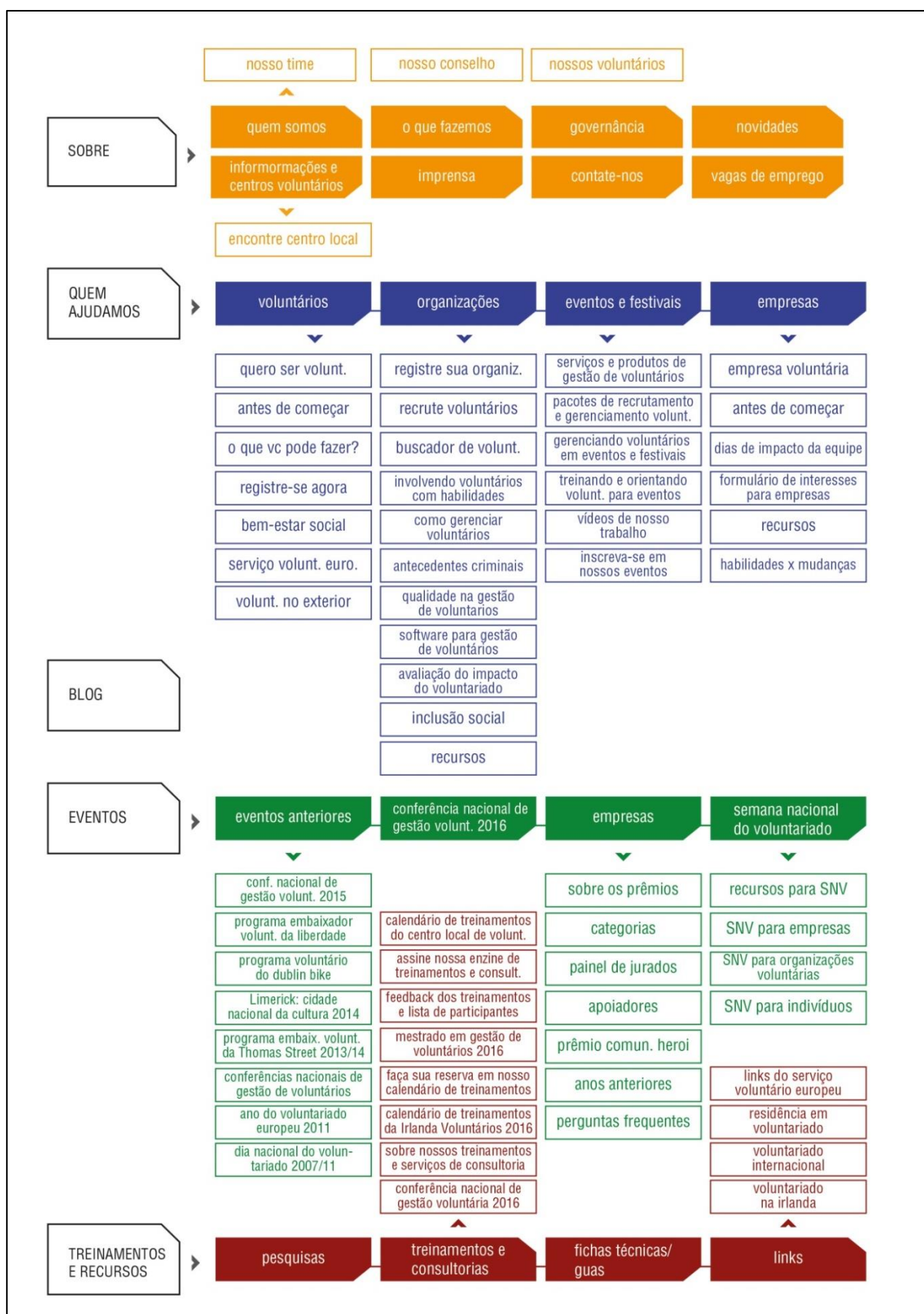
Figura 21 – Página inicial do *site* Irlanda voluntária



Fonte: Adaptado pela autora de Irlanda Voluntária (2017)

Visualmente a página é limpa, possui bom contraste e uso adequado de cores, seguindo a sua identidade visual. O *site*, de forma aparente, foi construído através de um grid de 6 ou 12 colunas, porém, nota-se que alguns elementos não foram alinhados seguindo este grid, conforme observa-se na figura 21.

É possível ver através do fluxograma na figura 22 que o *site* apresenta diversas opções e informações, tanto para quem quer se voluntariar quanto para instituições que buscam auxílio. Além disso, dispõe de informações relacionadas a cursos, treinamentos e eventos. Possibilita ainda o acompanhamento das novidades pelas redes sociais (*Twitter*, *Facebook* e *LinkedIn*) e espaço para cadastro do e-mail e recebimento de *newsletters* informativas. O *site* é referência no país e abriga o voluntariado de todas as cidades irlandesas.

Figura 22- Fluxograma do *site* Irlanda Voluntária

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O cadastro dos voluntários acontece por meio de uma ficha que pode ser preenchida no próprio *site*. Ao preencher o formulário, o voluntário pode escolher a área em que quer atuar e as causas em que está interessado em ajudar. Através de uma pesquisa realizada pela própria autora, em março de 2017, é possível perceber que existem diversas oportunidades para voluntariado na área do *design*, conforme mostrado na figura 23. Além disso, o voluntário pode optar por deixar o seu perfil disponível no *Volunteer Finder* (do inglês Buscador de Voluntário) para que as instituições sem fins lucrativos encontrem os cadastros que mais se identificam com o que se está buscando.

Figura 23 - Resultados da pesquisa por oportunidades em *design*

Search Results			
Displaying 1 - 17 of 17 results			
Opportunity	Organisation	Cause	Activity
Graphic designer Specific tasks for Wildlife Rehabilitation and Training Hospital • Prepares work to be accomplished by gathering information. • Plans concept by studying information and materials. • Illustrates concept by designing rough layout of art and co...	Wildlife Rehabilitation Ireland	Animals	Marketing/Primedia /Journalism
View			
Web Designer - READ DL READ DL is a community literacy initiative based on the worldwide 'One Book, One Community' project. Its aim is to remind us about the joy of reading for all the family and to get local schools and communities reading. The group are seeking the assi...	Read DL	Education/Literacy	Computers, Technology and the Internet
View			
Website designer Specific tasks for Wildlife Rehabilitation and Training Hospital • Plans site design by clarifying goals; designing functionality. • Develops site navigation by categorizing content, funneling traffic through content. • Develops site content ...	Wildlife Rehabilitation Ireland	Animals	Computers, Technology and the Internet
View			
Graphic Designer - Doorway Project Volunteers sought to assist with the development of posters etc for the Doorway Project based in the Glencar area of Letterkenny.	Doorway Project	Community Development	Arts (music/drama /crafts)
View			
Graphic Designer - DSA&RCC Donegal Sexual Abuse & Rape Crisis Centre are seeking a volunteer to help with the redevelopment of their Logos etc as they reach the milestone of 20 years in operation.	Donegal Sexual Abuse & Rape Crisis Centre (CJ)	Health/Hospitals /Hospices	Arts (music/drama /crafts)
View			
Web Designer - LYFS Letterkenny Youth & Family Services are seeking assistance from a volunteer with the creation and development of their online presence.	Letterkenny Youth & Family Service (LYFS)	Other...	Computers, Technology and the Internet
View			
Web Designer - Blue Stack Way The DLDC based Rural Recreation Officer is seeking the support of a volunteer web designer to assist with the development of a number of pages dedicated to the Blue Stack Way on an existing web site. Full credit will be given for the work completed.	Donegal Local Development Company Limited	Social Inclusion	Computers, Technology and the Internet
View			
Web Designer - Family Resource Centre Downstrands FRC are looking for a volunteer Web Designer to assist with the redevelopment of a site to facilitate the expansion of their online presence. Full credit will be given for the work.	Downstrands Family Resource Centre	Families/Parenting	Computers, Technology and the Internet
View			
Web Designer - Dylan Fest Dylanfest are looking for a volunteer Web Designer to assist with the development of a site to facilitate the development of an online presence for this vibrant inishowen based festival. Full credit will be given for the work.	DylanFest on the Lough	Arts, Culture and Media	Computers, Technology and the Internet
View			
Web Designer - Letterkenny Foodbank We Care LK Foodbank are looking for a volunteer Web Designer to assist with the development of a basic site to facilitate the development of an online presence for this vital project.	We Care LK Food Bank	Social Inclusion	Computers, Technology and the Internet
View			
Fashion Designer for Fundraising Event New Hope Residential Centre wish to hold a designer fundraising event in the summer of 2017. It will be the	New Hope Residential Centre	Addictions and Recovery	Events and stewarding
View			

Fonte: Irlanda Voluntária (2017)

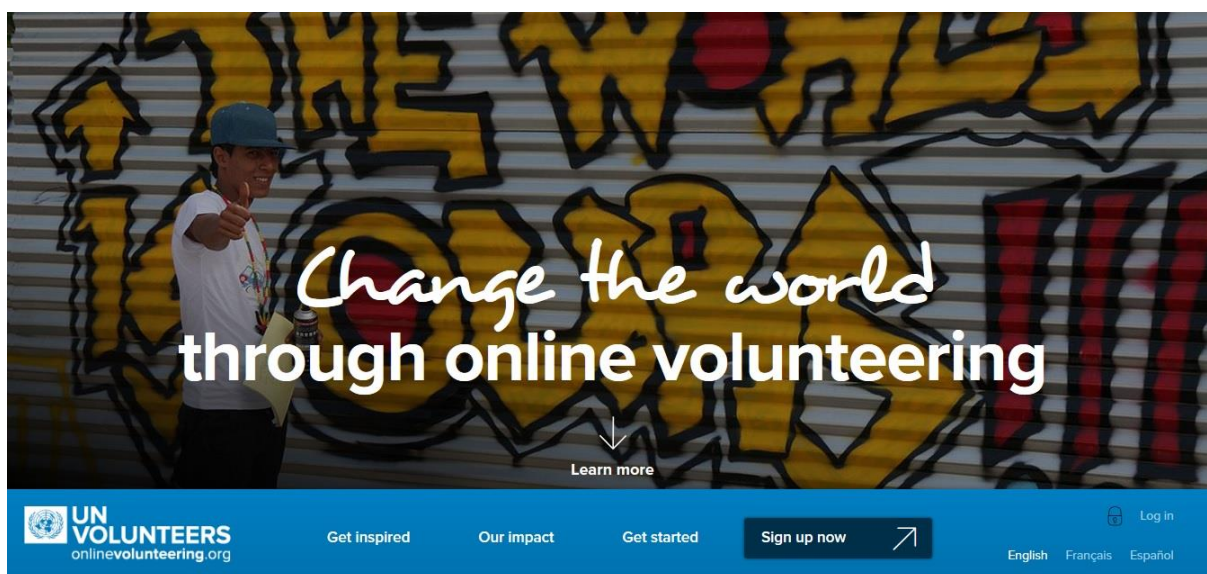
As instituições também realizam seus cadastros por meio do *site*, e podem ainda postar oportunidades para voluntários selecionando o perfil do profissional que se busca ou buscar por um voluntário conforme seus conhecimentos e habilidades. Para ambas as buscas, a instituição deve ser registrada no *site*.

4.1.2 Voluntários das Nações Unidas

Trata-se de uma ferramenta online disponibilizada pela ONU, onde é possível localizar voluntários e oportunidades para se voluntariar. O *site* chama-se UN Volunteers (do inglês, voluntários das Nações Unidas) e está disponível através do endereço www.onlinevolunteering.org.

O *site* estrutura-se no modelo de rolagem infinita, isto é, os itens principais, além de ser acessíveis por um menu, podem ser visualizados na tela inicial a partir da barra de rolagem. É possível acessá-lo nos idiomas inglês, espanhol e francês. A hierarquia de informações do *site* se dá da seguinte forma: o topo é composto por imagens alternadas que se relacionam com voluntários e pessoas que recebem auxílio voluntário, conforme visualiza-se na figura 24.

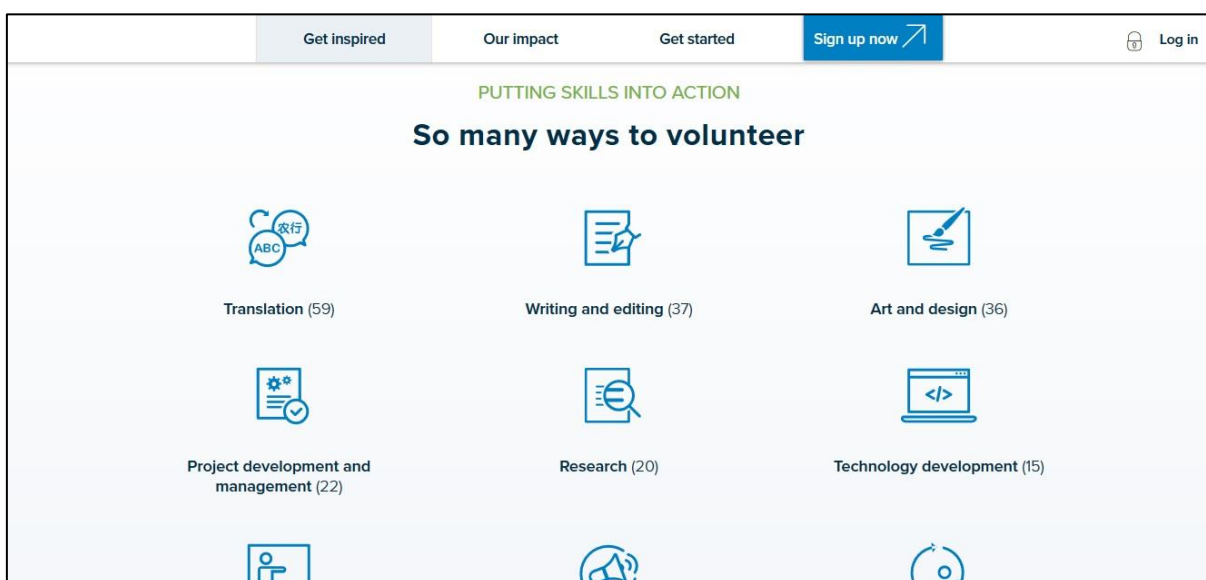
Figura 24 – Tela inicial do *site* Voluntários das Nações Unidas



Fonte: Voluntários das Nações Unidas (2016)

Na sequência, apresentam-se menus que dão acesso aos recursos principais do *site*. O primeiro deles, “encontre inspiração”, é direcionado às informações logo abaixo do menu, com um vídeo e mensagem de inspiração. O segundo, “nosso impacto”, apresenta algumas informações de impacto que o *site* já atingiu, como o número de voluntários, número de instituições atendidas, etc. Já o terceiro item do menu apresenta a ação “comece agora”, e clicando, o usuário é direcionado para uma área onde poderá escolher se deseja procurar voluntários ou deseja procurar vagas de voluntariado. Ainda, através da barra de rolagem na página inicial do *site*, é possível visualizar algumas áreas de interesse, conforme visualiza-se em tela na figura 25.

Figura 25 – Captura da tela da área com as oportunidades conforme interesse



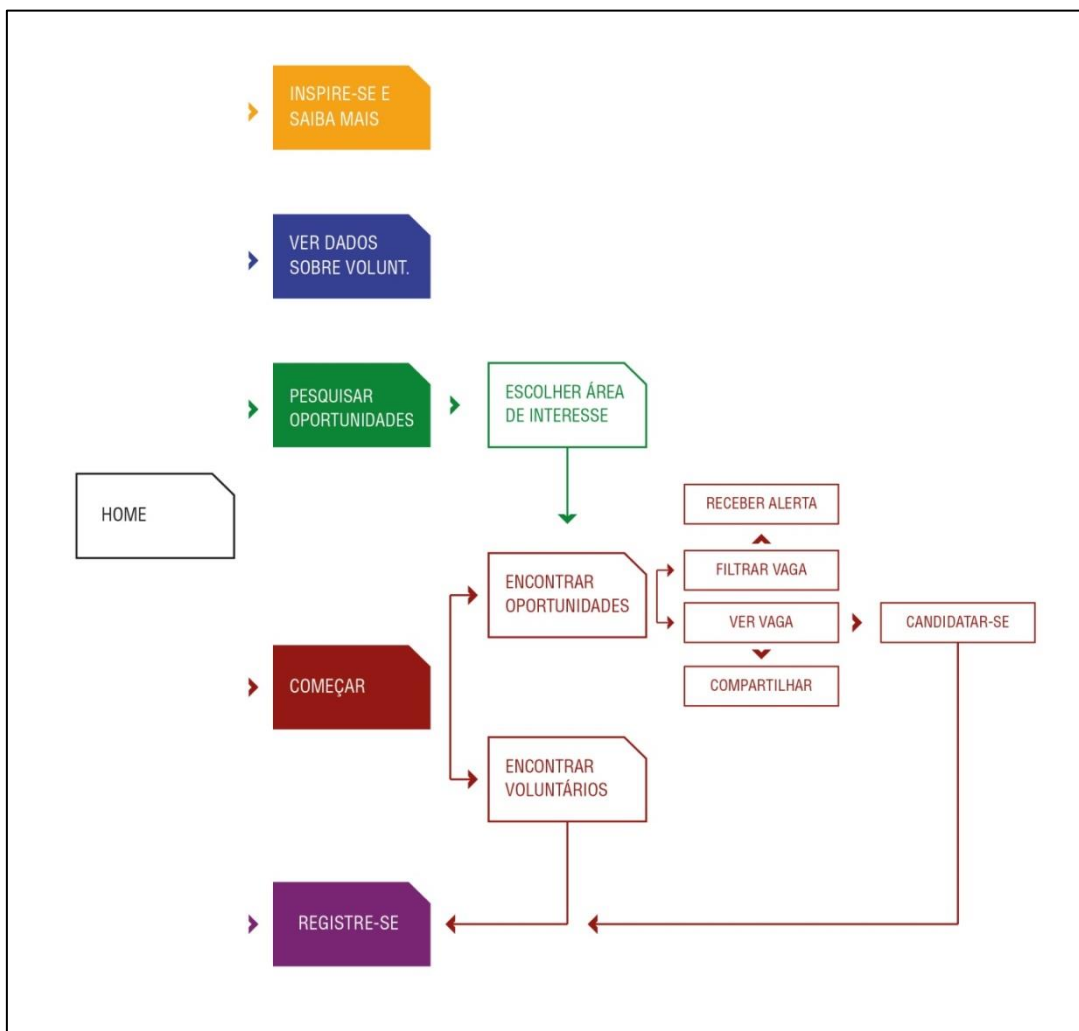
Fonte: Voluntários das Nações Unidas (2016)

O *site* apresenta vagas de voluntariado através de 14 áreas diferentes, como artes e *design*, aulas e treinamentos, advocacia, administração, serviços de saúde, entre outros. Ao escolher a área, mostram-se as oportunidades com suas informações principais, isto é, local, tarefa e horas demandadas. Ao selecionar a vaga, apresenta-se a atividade que está sendo solicitada com mais detalhes, e a seguir, o usuário poderá se candidatar ou não à vaga.

Já ao clicar na opção “encontre voluntários” na sessão “comece agora”, o usuário é direcionado a área de cadastro, registrando a organização interessada. Na

figura 26 é possível visualizar o fluxo de ações que o *site* permite navegar. Não possui tantas informações se comparado ao *site* anterior Irlanda Voluntária.

Figura 26 - Fluxo de ações do *site* voluntários das Nações Unidas



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O *site* analisado é completo e um referência que considera-se adequada para ser seguida neste projeto. Apresenta uma solução simples e eficaz tanto para voluntários quando para instituições.

4.1.3 Adote um briefing

É um *site* voltado a indústria criativa que pode ser acessado através do endereço www.adoreumbriefing.com.br. Através dele, instituições podem colocar

seu *briefing*²⁴ conforme alguma necessidade específica e *designers*, publicitários ou profissionais da área podem adotar este briefing e realizar o trabalho conforme a necessidade. A tela inicial do *site* é limpa e possui como itens principais a identidade visual e os menus para acesso ao conteúdo do *site*. Não é possível afirmar que o *site* foi construído com base em um número específico de colunas, sendo que este possui problema de responsividade, conforme verifica-se na figura 27, que apresenta a página inicial do *site* vista através de um dispositivo móvel.

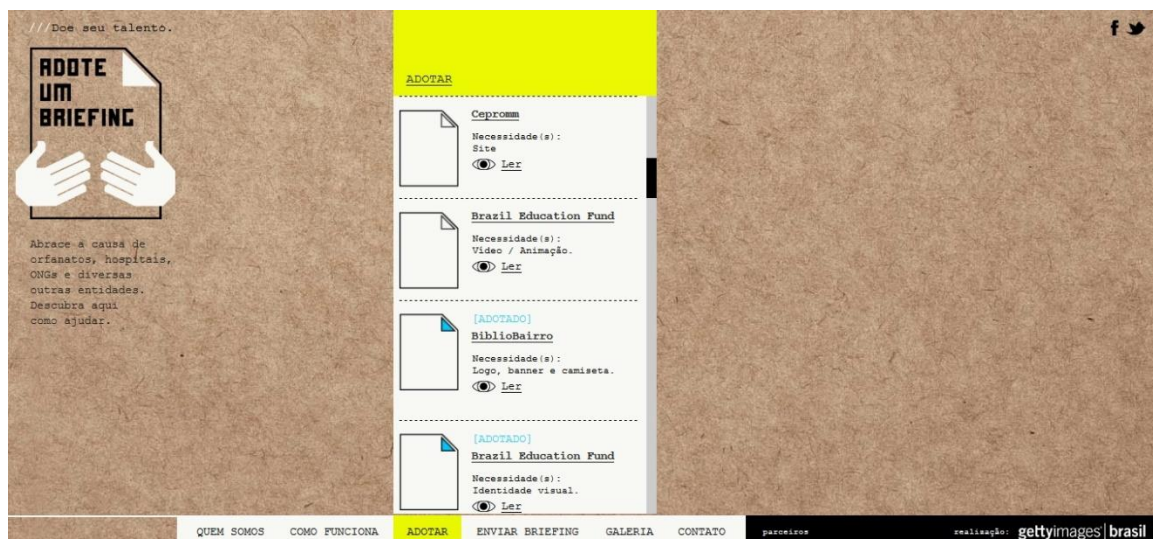
Figura 27 - Tela inicial do *site* Adote um briefing por um dispositivo móvel



Fonte: Adote um briefing (2017)

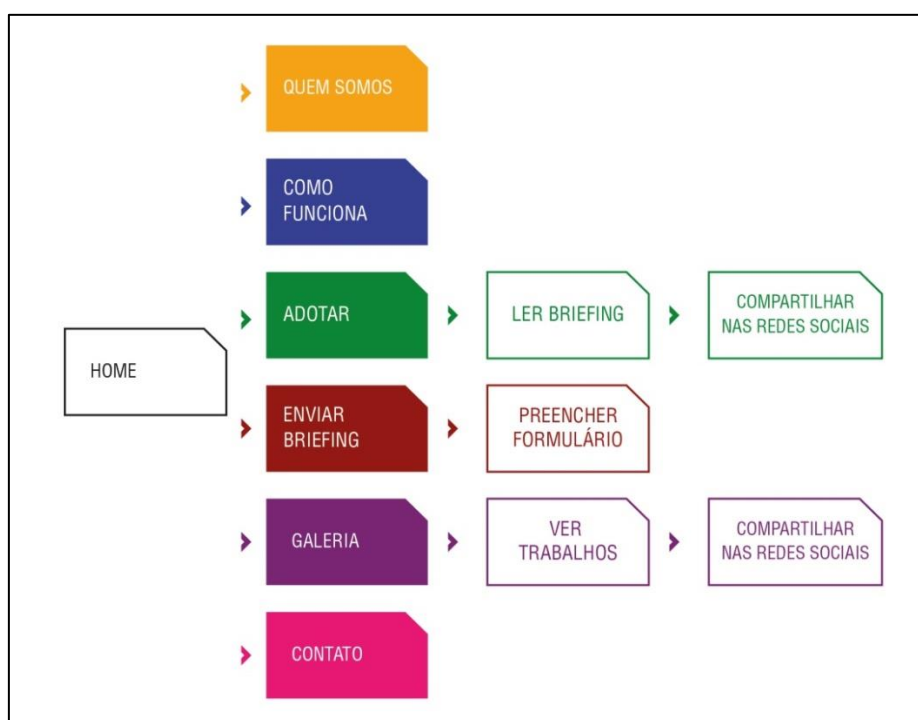
Para aqueles que desejam se voluntariar, basta escolher um briefing conforme a lista disponibilizada no *site*, que mostra tanto aqueles a serem adotados, quanto aqueles que já foram adotados, estes se diferenciando por uma marcação em azul, conforme visualiza-se na figura 28. Para os *briefings* que ainda necessitam ser adotados, o *site* disponibiliza, junto do briefing, o e-mail de contato do responsável pela adoção.

²⁴ Conjunto de informações ou dados necessários para o desenvolvimento de um trabalho, onde contém a descrição da situação de uma marca ou empresa, objetivos e recursos para atingi-lo. Fonte: www.significados.com.br/briefing/

Figura 28 - Espaço para adoção de briefing do *site*

Fonte: Adote um briefing (2017)

Para a entidade que deseja enviar um briefing para adoção, esta necessita realizar um breve cadastro com dados básicos do responsável pelo envio do briefing e sobre a ONG, e ainda, informações acerca do trabalho que necessita-se. Os voluntários podem adotar o briefing sem realizar qualquer tipo de cadastro.

Figura 29 - Fluxograma de ações do *site* Adote um Briefing

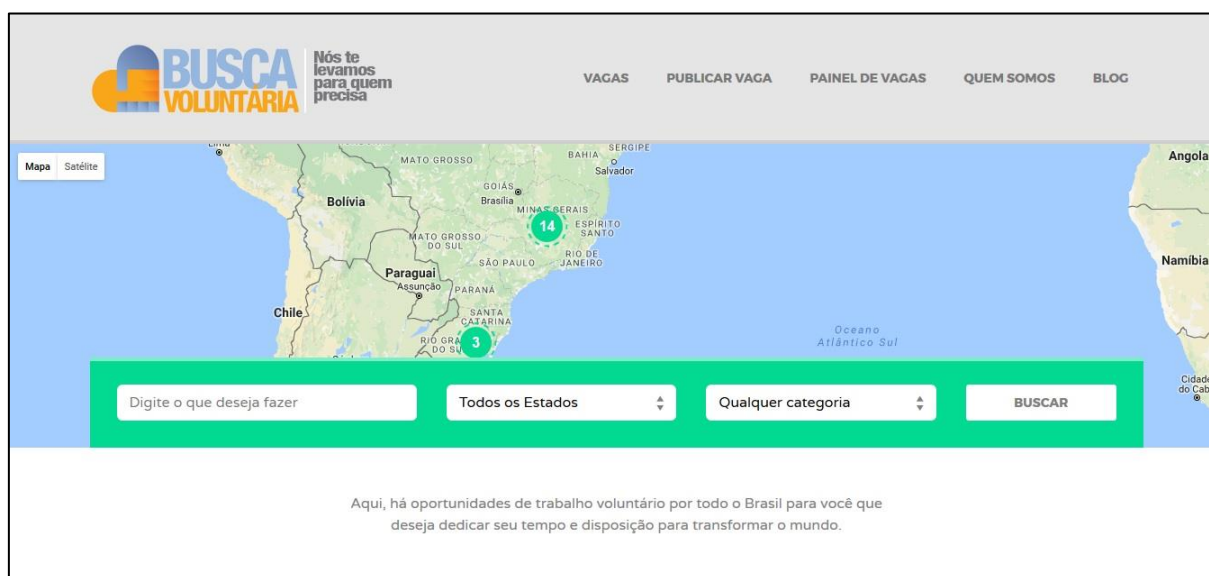
Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Além destes recursos, através do *site* é possível ver a galeria de trabalhos realizados através da adoção. Ainda, existe uma área onde explica-se como funciona o *site*, uma área de apresentação e contato. Todos os recursos são apresentados através do fluxograma na figura 29.

4.1.4 Busca voluntária

Este *site*, com o slogan “Nós te levamos a quem precisa”, tem como principal objetivo a busca por vagas em serviços voluntários no país. Ele é focado principalmente na segunda opção citada, visto que em sua página inicial é possível visualizar o mapa do Brasil com as marcações de vagas voluntárias por estado. A página inicial do *site* é mostrada através da figura 30. O *site* pode ser acessado através do endereço www.buscavoluntaria.com.br.

Figura 30 - Página inicial do *site* Busca Voluntária

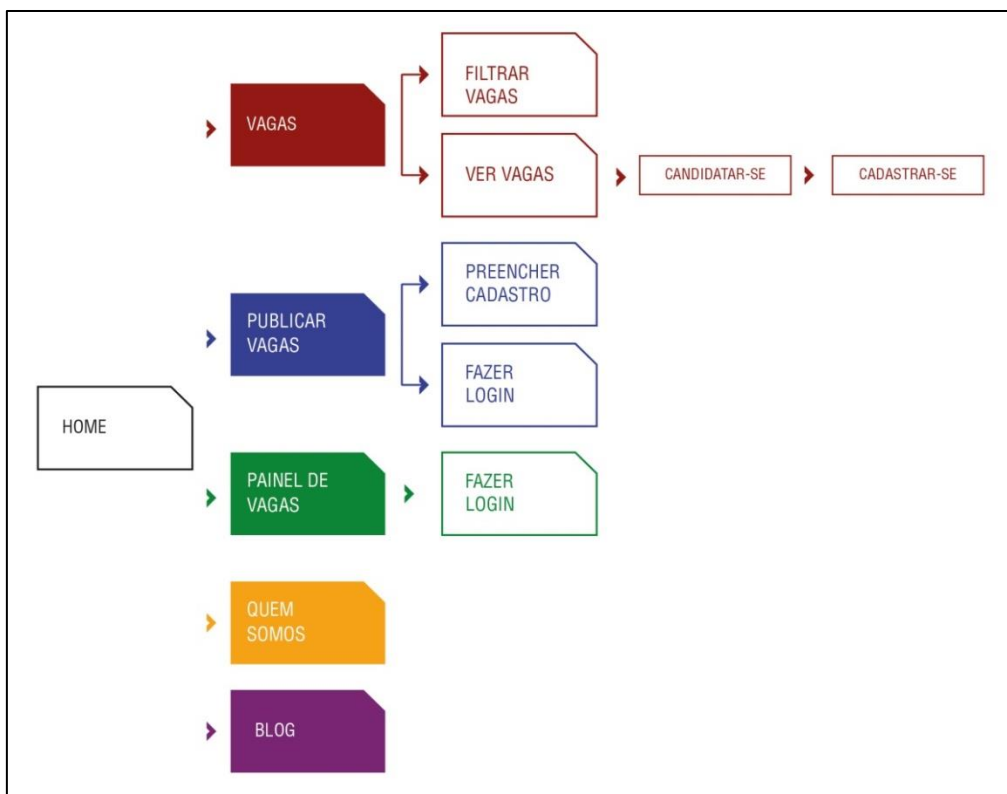


Fonte: Busca Voluntária (2017)

O *site* é claro e objetivo àquilo que se propõe. Na página inicial, é possível pesquisar por vagas conforme o estado, categoria ou área de atuação. Abaixo, são listadas as vagas em aberto, e ao clicar em uma delas, é possível obter mais informações como a descrição da atividade e a instituição que necessita. É possível visualizar estas vagas também clicando em ‘Vagas’ no menu principal do *site*. Existe

ainda um acesso ao ‘Painel de Vagas’, porém, para visualizar o conteúdo desta página é necessário fazer *login*, não sendo possível realizar cadastro através desta sessão no *site*.

Figura 31 - Fluxograma do *site* Busca Voluntária



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Para as instituições que desejam cadastrar uma vaga, deve-se preencher um formulário de cadastro clicando em ‘Publicar Vaga’. Aqueles que desejam se voluntariar, devem escolher a vaga e preencher nome, e-mail, e enviar uma mensagem. Não é necessário cadastro. Os recursos completos do *site* são possíveis de serem visualizados através do fluxograma na figura 31.

4.2 Identificação dos usuários

A metodologia de Garret considera fundamental que o usuário seja a peça chave no desenvolvimento do projeto. Considerando isto, aplicaram-se dois tipos de pesquisas, uma com caráter exploratório, com *designers* graduados, e outra com

caráter quantitativo, com pessoas sendo sua maioria estudantes de *design*. Ainda, realizou-se uma entrevista com quatro pessoas, sendo dois *designers* e dois responsáveis por ONG's. Consideram-se estes entrevistados potenciais usuários da ferramenta que se está propondo. A seguir apresentam-se os resultados obtidos com as coletas de informações.

4.2.1 Pesquisa exploratória

Através da pesquisa exploratória, a qual aplicou-se um questionário para 8 graduados em *design* pelo Centro Universitário Univates, constatou-se que apenas um dos entrevistados nunca ter realizado nenhuma atividade voluntária, e dos sete que já haviam realizado, seis responderam alguma atividade voluntária na área do *design*. Em todos os casos, o trabalho foi realizado em uma comunidade ou instituição local, ou seja, na própria cidade do entrevistado.

Ao serem questionados se já haviam procurado trabalho voluntário na área de *design*, as respostas foram diversificadas. Um dos entrevistados relatou que já propôs trabalhos voluntários para amigos e ONGs próximas que precisavam de ajuda. Outro, que trabalha com fotografia, disse nunca ter procurado, e os trabalhos voluntários que realizou na área de fotografia foram através de convites de clientes que estavam engajados. Outro ainda, disse não ter ido atrás de voluntariado na área de *design*, e acredita que não o fez por não ser hábito ou cultura realizar esta atividade.

Dos entrevistados, foi unanimidade entre todos o desejo de se tornar um voluntário caso houvesse canais mais efetivos onde fosse possível buscar oportunidades de voluntariado na área do *design*, e destes, sete disseram ter interesse em se voluntariar caso houvesse oportunidades em instituições de apoio a causas que identificam-se. Os *designers* foram convidados a deixarem seus emails caso houvesse o desejo de acompanhar o projeto até o final e se tornar um voluntário, e dos oito entrevistados, todos deixaram seus e-mails.

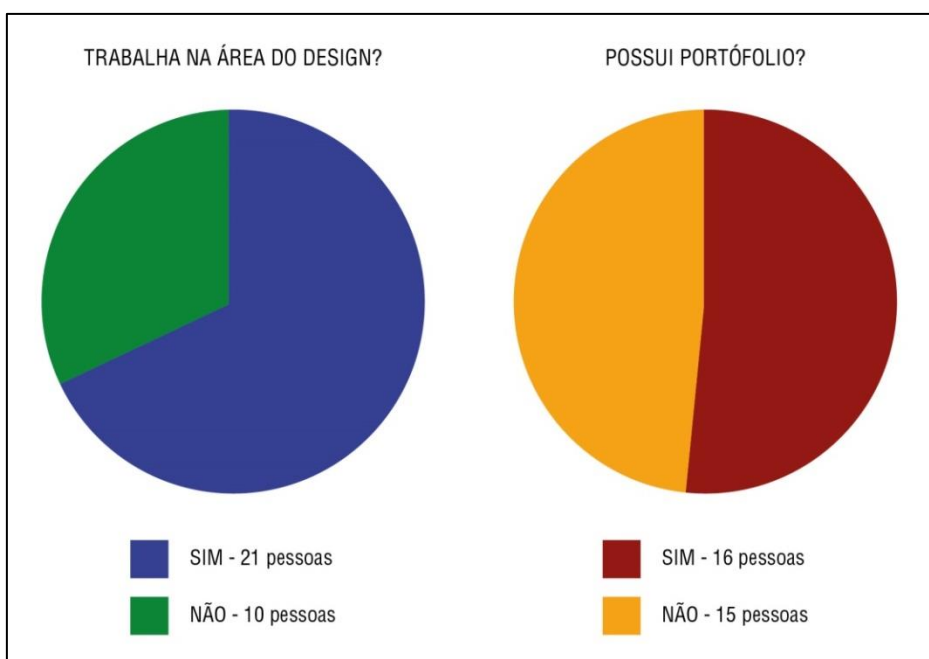
Por fim, deixou-se um espaço aberto para caso os entrevistados quisessem expressar algo em relação ao tema proposto. Uma das entrevistadas disse acreditar

que é papel do *designer* resolver não só problemas de clientes, mas sim, em prol de uma sociedade mais integrada e cooperada, e que os *designers* têm muito a contribuir com isso. Outra entrevistada disse já ter tido interesse de participar de algum projeto maior que ela se identificasse, porém, nunca soube como e nem onde buscar, e acredita que uma ferramenta que unisse os dois lados seria muito eficaz. Outro entrevistado acredita que o voluntariado deveria ser mais difundido entre as pessoas, porém depende de cada indivíduo, e acredita ser fato que muitas entidades necessitam de ajuda e ela muitas vezes não conseguem pedir ou sinalizar isso.

4.2.2 Pesquisa quantitativa

Na pesquisa quantitativa aplicou-se um questionário de perguntas de múltipla escolha e obteve-se 31 respostas. Todos os entrevistados já foram estudantes de *design*, com a graduação iniciada entre os anos de 1992 e 2016 e 21 pessoas trabalham na área, enquanto 10 responderam que não trabalham. Foi questionado também se possuíam *portfólio* de trabalhos de *design*: 16 pessoas responderam que possuíam, e 15 pessoas responderam que não possuíam.

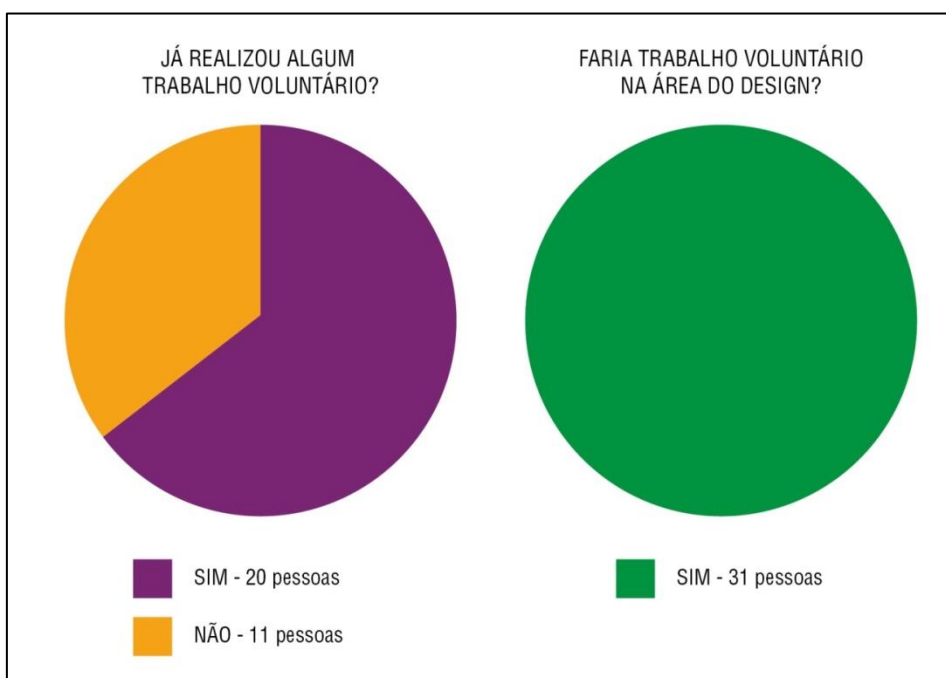
Gráfico 1 - Relação de pessoas que trabalham na área e possuem portfólio



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

As respostas às duas perguntas expostas anteriormente estão representadas através do gráfico 1. A partir do gráfico, percebeu-se que nem todos aqueles que possuem portfólio trabalham na área, visto que dos entrevistados, 4 enquadram-se nesta situação. Entre aqueles que possuem *portfolio* (16 pessoas), 5 pessoas relataram que o construíram através de estágio, 6 pessoas com trabalhos acadêmicos, 1 pessoa através de trabalho voluntário e 3 pessoas que o construíram através de outra forma

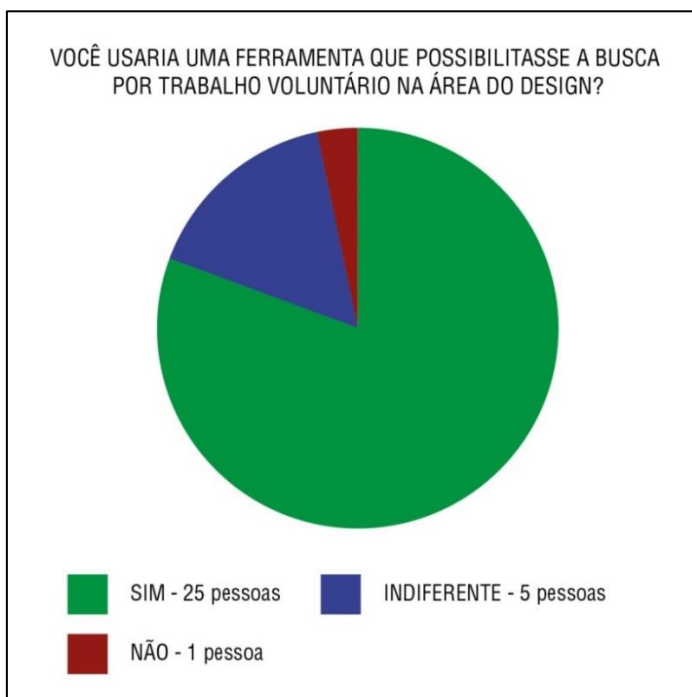
Gráfico 2 - Comparativo de pessoas que já foram voluntárias e que fariam voluntariado em *design*



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Já em relação a quem já realizou algum trabalho voluntário, conforme gráfico 2, 20 pessoas (indicado em roxo) já o fizeram, enquanto a minoria, ou seja, 11 pessoas (indicado em laranja) nunca realizaram. Perguntou-se também se realizariam algum trabalho voluntário na área de *design*, e a resposta foi unânime: sim.

Gráfico 3 – Relação de pessoas que utilizariam uma ferramenta própria para voluntariado na área do *design*



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Perguntou-se também aos entrevistados o que achavam em relação a uma ferramenta que possibilitasse a busca e oferta de trabalho voluntário na área de *design*. Como pode-se observar no gráfico 3, a maioria (25 pessoas) respondeu que usariam; enquanto 5 pessoas responderam ser indiferentes e 1 pessoa respondeu que não usaria a ferramenta.

Gráfico 4 - Sobre a valorização da profissão



Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Por fim, a pesquisa encerrou-se com a seguinte pergunta: “Você acha que com mais trabalhos voluntários na área de *design*, a profissão seria mais reconhecida e valorizada?”. Como resposta, 20 pessoas responderam “sim”, 9 pessoas responderam “não tenho certeza” e 2 pessoas responderam “não”. O gráfico 4 apresenta estas respostas ilustradas.

4.2.3 Entrevistas individuais

Realizou-se entrevistas individuais com quatro pessoas, sendo duas de instituições sem fins lucrativos e dois *designers*. O nome dos entrevistados e a entrevista na íntegra foram preservados por não ser objetivo deste trabalho a exposição dos mesmos, mas sim, compreender de que forma essas pessoas se relacionam com o voluntariado e com o *design*.

Entrevista 1: Coordenadora da Parceiros Voluntários:

A primeira entrevista aplicada foi com a Coordenadora da Parceiros Voluntários de Lajeado, organização sem fins lucrativos, apartidária e com sede própria. Conforme a entrevistada, a entidade atua em duas pontas: de um lado, ela encontra pessoas com habilidades, não necessariamente com formação, para atuarem como voluntárias. Na outra ponta, ela reconhece a necessidade de instituições que necessitam de trabalho voluntário. Desta forma, a entidade atua como um elo, unindo essas duas pontas. Atualmente eles não possuem nenhum canal específico para unir estas duas pontas, porém, trabalham com a meta de futuramente ter um *site* para esse fim pois acreditam que isso facilitaria e otimizaria muito o tempo, tanto do voluntário quanto da organização. Atualmente, os voluntários e entidades procuram a instituição, pois ouvem falar dela através de redes sociais ou divulgações em mídias locais.

Ao ser questionada se era possível o encaminhamento de voluntário para áreas específicas, como o *design*, a coordenadora respondeu que nem sempre a atividade a qual alguém se propõe é uma necessidade clara para a ONG. Ela completa ainda que estes voluntários não são desmotivados, mas sim, aconselhados a irem até a entidade para conhecê-la melhor e a partir disso, entender as necessidades e ver de que forma poderá ajudar. Reforça, ainda, a importância de ter nas ONG's pessoas com diferentes conhecimentos, como o *design*, considerado por ela uma atividade que consegue trabalhar de forma versátil e interligado em outras áreas, e que seria fantástico se fosse possível ter um *designer* para apoiar as entidades em todas as ações, em uma espécie de apadrinhamento.

Entrevista 2: Presidente da APAMA

A segunda entrevista aplicada foi com a presidente da APAMA – Amando, Protegendo e Ajudando Muitos Animais, instituição sem fins lucrativos que tem por objetivo a conscientização das pessoas acerca do abandono dos animais. A instituição já foi responsável pelo recolhimento, habilitação e encaminhamento para adoção de mais de 2.000 animais durante seus três anos de atividades. Atualmente, se mantém através de doações mensais, através de doadores fixos e caixinhas de

coleta; eventos onde voluntários trabalham e comercializam alimentos e produtos no intuito de arrecadar fundos; e na venda de produtos da marca, como camisetas e o calendário anual, que desde seu início, contou com o voluntariado de *designers* e/ou pessoas da área criativa em sua criação.

Para a presidente, o trabalho voluntário na área criativa é essencial para a entidade, pois além do calendário, possuem a ideia de comercializar outros produtos, como artigos de pet shop e cadernos para alunos, além de auxiliar na divulgação das ações da entidade e na venda dos produtos já mencionados. Ela também acrescenta que atualmente os voluntários procuram a APAMA oferecendo ajuda, porém, seria interessante se houvesse um local onde fosse possível ter um banco de cadastro para a entidade buscar ajuda profissional no momento em que é necessário.

Entrevista 3: *Designer* graduado e atual empresário

A terceira entrevista foi realizada com um graduado em *design* pelo Centro Universitário Univates. Apesar de atualmente trabalhar no ramo de móveis, o empresário já atuou na área do *design* gráfico, realizando, inclusive, trabalhos voluntários na área, incluindo a criação do calendário para a APAMA durante sua experiência como voluntário para o Rotaract. Ele coloca que os trabalhos para a entidade, que tiveram a iniciativa do Rotaract, trouxeram bons resultados, e que era notório a diferença dos trabalhos quando estes eram bem executados.

Conforme o entrevistado, o *designer* possui vantagens nas execuções de ações solidárias, pois ele possui relação em diferentes áreas, e considera que a cadeia de contatos deste profissional é uma das coisas mais importantes e legais para se trabalhar.

Ao ser questionado sobre a importância ou não de receber o briefing bem esclarecido por parte das instituições que necessitam de voluntários, o profissional coloca que acredita ser mais instigante quando o desafio é passado de forma aberta, pois o *designer* poderá pensar em soluções e recrutar diferentes profissionais para atuar na atividade a ser desenvolvida. Ainda, para o entrevistado, o trabalho voluntário proporciona uma boa reputação para o profissional, pois este é bem visto no mercado de trabalho.

Entrevista 4: *Designer* graduado e atuante na área

A quarta entrevista foi realizada também com um graduado em *design* pelo Centro Universitário Univates. Atualmente, atua como *designer* gráfico em uma agência de comunicação localizada em Lajeado, e já realizou diversas atividades voluntárias na área, sendo uma delas através do curso de *design* durante o período em que estudava, outra por intermédio do seu trabalho em virtude da empresa ter adotado uma entidade, também através de uma parceria com outros *designers* e por último, para um grupo sem fins lucrativos focado no empreendedorismo da região do Vale do Taquari.

De acordo com ele, os trabalhos realizados por ele de forma voluntária foram positivos, e afirma que continuaria participando de trabalhos voluntários para ajudar causas em que ele se identifica ou acredita. Ele comenta também que os trabalhos realizados são importantes no âmbito profissional para o *designer*, pois uma empresa que se preocupa com o social dará bastante valor à experiência voluntária e ressalta que esta é uma boa oportunidade para mostrar o seu trabalho.

Ao ser questionado sobre a possibilidade de existir uma ferramenta que facilitasse o contato entre *designers* voluntários e instituições, o entrevistado disse achar essa ideia bastante válida e importante. Para ele, seria fundamental que a ferramenta possibilitasse a apresentação de um histórico da instituição, assim como depoimento de pessoas que foram impactadas. Acrescenta ainda que é desejável que já esteja claro o que a instituição necessita, porém, se isso não for possível, deve-se haver um espaço para discussão, tanto por parte do *designer* quanto da instituição.

4.3 Discussão sobre o levantamento de dados e resultados

Com a pesquisa exploratória percebeu-se que os *designers* graduados possuem consciência em relação à importância do trabalho voluntário e o quanto o *design* tem a contribuir para esta área. Alguns deles já realizaram trabalho

voluntário, porém, souberam da oportunidade a partir de informações obtidas na comunidade em que vivem ou com conhecidos. Foi possível identificar, a partir desta pesquisa, a confirmação da necessidade de uma ferramenta mais efetiva que facilite a busca e oferta de trabalhos voluntários na área do *design*. Já na pesquisa quantitativa, pode-se perceber que os entrevistados, em sua maioria estudantes, possuem características diferentes, porém, todos desejam realizar trabalho voluntário na área do *design*, o que corroborou na conclusão de que falta um canal efetivo para estas pessoas localizarem oportunidades voluntárias. Acredita-se que todos estes entrevistados seriam potenciais usuários desta ferramenta a ser desenvolvida.

Já nas entrevistas individuais, foi possível perceber que as instituições não conseguem identificar as vantagens que um bom trabalho de *design* podem proporcionar; e que é necessário estar bem claro a elas que tipo de atividade o *designer* pode realizar, para assim, haver uma possível identificação com a sua realidade. Já para o *designer*, não é necessário que a instituição entregue um *briefing* detalhado do que se espera, visto que este tipo de profissional já está habituado a ser exposto a um problema e buscar por soluções, porém, deve-se existir um espaço para discussões acerca do problema ou do que se espera em relação a ambas as partes. Identificou-se também a importância do *designer* poder recrutar outros profissionais de outras áreas criativas para a execução de determinado trabalho, e também, a importância da valorização do *designer* e reconhecimento pelos trabalhos voluntários executados.

Com a análise de similares, pode-se perceber que as atuais ferramentas analisadas são eficazes no seu uso, porém, não são adequadas ao público em que se busca trabalhar. Uma delas, a Irlanda Voluntária, não está disponível em nosso país, porém, percebeu-se que na Irlanda, país onde está sua base, ela é bastante utilizada e é referência no tema voluntariado. Já a outra ferramenta, disponibilizada pela ONU, poderia ser usada para o mesmo fim deste trabalho, mas acredita que o idioma (pois está disponível apenas em inglês, espanhol e francês) possa ser um empecilho. Além disso, apesar de ser uma ferramenta global, acredita-se que ainda não é tão popular, e algumas pessoas poderão preferir ajudar instituições que estão localizadas em localidades mais próximas.

A partir das informações coletadas no levantamento de dados, identificou-se o que seria necessário tanto por parte das instituições quanto por parte dos *designers*, e listaram-se alguns tópicos considerados importantes a serem considerados no desenvolvimento da ferramenta, conforme seguem abaixo:

- É necessário estar claro de que forma o *designer* pode colaborar para as instituições;
- As instituições acreditam ser válido haver um banco de cadastro de voluntários para ser acessado a qualquer momento;
- Não é necessário, para o *designer*, que a instituição entregue um *briefing* final. A instituição pode apenas relatar um problema;
- É importante haver um espaço para discussão acerca do problema;
- Os *designers* acreditam que deve existir um espaço que mostre o histórico da instituição e informações sobre ela;
- Os *designers* acreditam que deve haver uma valorização de seus trabalhos voluntários desenvolvidos para que sejam bem vistos profissionalmente;
- É importante haver transparência entre as duas partes e possibilidade de troca de mensagens para dúvidas e sugestões.
- Não é interessante para o *designer* voluntário exercer um papel apenas de execução de uma tarefa já específica;
- É interessante que os problemas sejam resolvidos em grupo ou conjuntos, com uma equipe multidisciplinar, como *designers* e pessoas da área criativa englobando diferentes áreas.

O levantamento de dados foi fundamental neste trabalho para validação das hipóteses trabalhadas até aqui. Todas as informações coletadas aqui foram relevantes para o desenvolvimento da ferramenta proposta.

5 ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS

A etapa dois da metodologia de Garret (2011), chamada de Escopo, é destinada a criação de uma lista de especificações técnicas e requisitos, portanto, criou-se duas listas diferentes. Em uma delas trouxe-se as **especificações funcionais**, disponível na figura 32, onde leva-se em consideração as demandas técnicas, como usabilidade, interação, experiência do usuário, conforme pesquisa realizada no referencial bibliográfico. A segunda lista apresenta **requisitos de conteúdo**, disponível na figura 33, apresentando funções e recursos de conteúdo que se considera importante para que a ferramenta exerça a sua função com plenitude, tendo como base informações coletadas no levantamento de dados.

Figura 32 - Especificações funcionais

ASPECTOS ERGONÔMICOS E DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	
O QUE:	COMO:
Hierarquia das informações	Disposição das informações na tela conforme princípios dos 4 níveis de lida (2005).
Rapidez nas respostas	Uso de símbolos conforme lida (2005) e Garret (2011).
Mecanismos de busca	Elaboração de recursos de busca por conteúdo para satisfação do usuário conforme Cañas e Waerns apud lida (2005);
ASPECTOS DE INTERAÇÃO E USABILIDADE	
O QUE:	COMO:
Menus claros e intuitivos	Através da construção de um fluxograma adequado.
Inteligência do sistema e antecipação	Antecipando-se em relação ao erro e prevendo o que poderá acontecer
Mensagens de erro adequadas	Explicando ao usuário o que ocorreu e possibilitando retornar ao momento posterior ao erro.
Metas de usabilidade	Aplicando o questionário das 6 perguntas conforme Preece, Rogers e Sharp (2013).
Metas de experiência do usuário	Considerando os aspectos desejáveis e indesejáveis abordados por Preece, Rogers e Sharp (2013)
Aspectos econômicos	Gratuidade para os usuários
Aspectos visuais	Coerência, legibilidade, contraste, qualidade e limpeza visual.

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Figura 33 - Requisitos de conteúdo

AÇÕES PARA O USUÁRIO VOLUNTÁRIO	
O QUE:	COMO:
Registro conforme área de atuação e interesses	O usuário poderá se registrar e escolher as áreas de atuação conforme lista pré-estipulada.
Cadastro de portfólio	O usuário poderá cadastrar seu portfólio de produtos acadêmicos, profissionais e voluntários.
Editar o perfil	A qualquer momento, o usuário poderá editar o perfil trocando o interesse.
Visualizar o perfil dos voluntários	O usuário poderá visualizar o perfil dos outros voluntários.
Visualizar o perfil das instituições	O usuário poderá visualizar o perfil das instituições
Acessar o mural	O usuário poderá ver, responder ou escrever no mural
Trocar mensagens com a instituição	O usuário poderá trocar mensagens com as instituições
Trocar mensagens com voluntários	O usuário poderá trocar mensagens com outros voluntários
Confirmar ajuda	O usuário poderá confirmar ajuda solicitada no mural.
Dispor-se a ajudar	O usuário poderá colocar-se a disposição para ajudar uma instituição
Recrutar ajuda	O usuário poderá recrutar ajuda de outro usuário voluntário.
Receber selo de recompensas	O usuário receberá selos de recompensas conforme o número de trabalhos voluntários que realizar através do site.
Deixar testemunho	O usuário poderá deixar testemunho no perfil da instituição contando a experiência.
AÇÕES PARA USUÁRIO DE INSTITUIÇÕES	
O QUE:	COMO:
Cadastro de perfil	O usuário poderá cadastrar o perfil da instituição.
Edita perfil	A qualquer momento, o usuário poderá editar o perfil
Ver voluntários	O usuário poderá visualizar os perfis e portfólios dos voluntários
Ver instituições	O usuário poderá visualizar os perfis das outras instituições.
Acessar o mural	O usuário poderá ver, responder ou escrever no mural
Trocar mensagens com o voluntário	O usuário poderá deixar uma mensagem para o voluntário no intuito de tirar dúvidas ou obter mais informações sobre o perfil de trabalho.
Trocar mensagens com instituição	A instituição poderá deixar uma mensagem para outras instituições.
Recrutar ajuda	O usuário poderá confirmar e recrutar a ajuda de um ou mais voluntários.
Rejeitar ou confirmar ajuda	A partir da oferta de ajuda recebida, o usuário poderá confirmar ou rejeitar a oferta de ajuda do voluntário.
Avaliar voluntário	O usuário da instituição poderá avaliar o voluntário (avaliação interna)
Recomendar voluntário	O usuário poderá recomendar o voluntário deixando uma mensagem em seu perfil.

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

6 ETAPA CRIATIVA

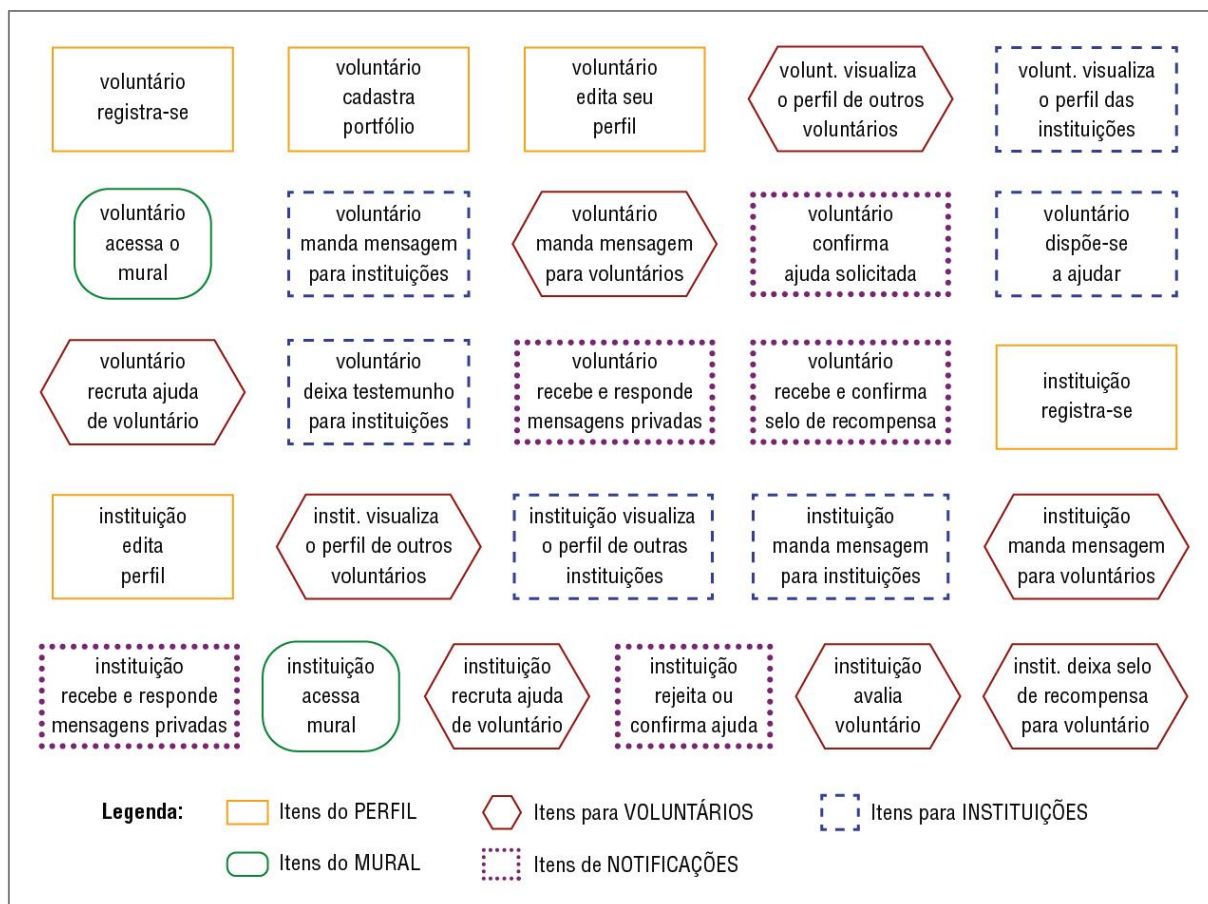
Ao longo da etapa criativa desenvolveu-se aquilo que contemplava as etapas de esqueleto, estrutura e superfície de Garret (2011). Ela foi realizada com base nos conceitos já levantados no referencial bibliográfico, seguindo a metodologia já citada e ainda algumas ferramentas da IDEO.org (2015).

A seguir apresenta-se o desenvolvimento do fluxograma de arquitetura e o processo de criação do nome da ferramenta, ambos parte da etapa chamada de estrutura. Também é mostrado o desenvolvimento dos *wireframes* e da técnica *cardsorting*, sendo os dois parte da etapa esqueleto; e ainda o desenvolvimento da identidade visual, das telas finais do *site* e o teste de validação, todos contemplados dentro da etapa superfície.

6.1 Fluxograma de arquitetura

O primeiro passo para a construção do fluxograma foi reunir todos os requisitos de conteúdo e agrupá-los conforme a sua similaridade. Este processo foi realizado e está representado na figura 34, onde pode-se perceber que chegou-se a 5 grupos similares de ações e informações tanto aos usuários voluntários quanto aos usuários de instituições.

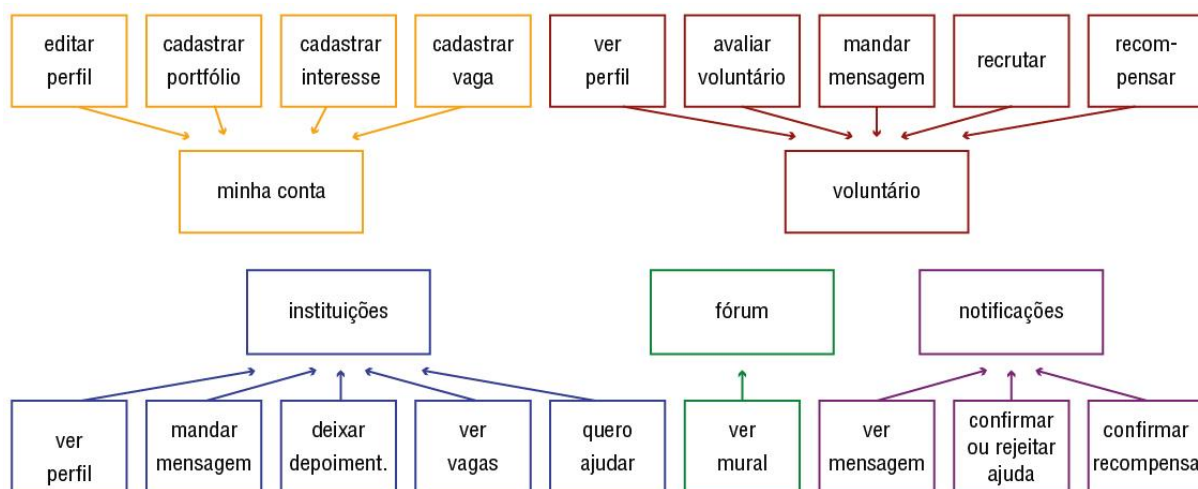
Figura 34 - Requisitos de conteúdo agrupados conforme similaridade



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A partir disso, essas informações foram organizadas e postas em níveis, e também, os elementos receberam o nome de forma que se aproximasse mais ao produto final criado, conforme mostrado na figura 35. Para este projeto considerou-se que não seria necessário mais de dois níveis, e como as ações para os voluntários e para as instituições repetiam-se, agrupou-se em dois grupos, denominados instituições e voluntários.

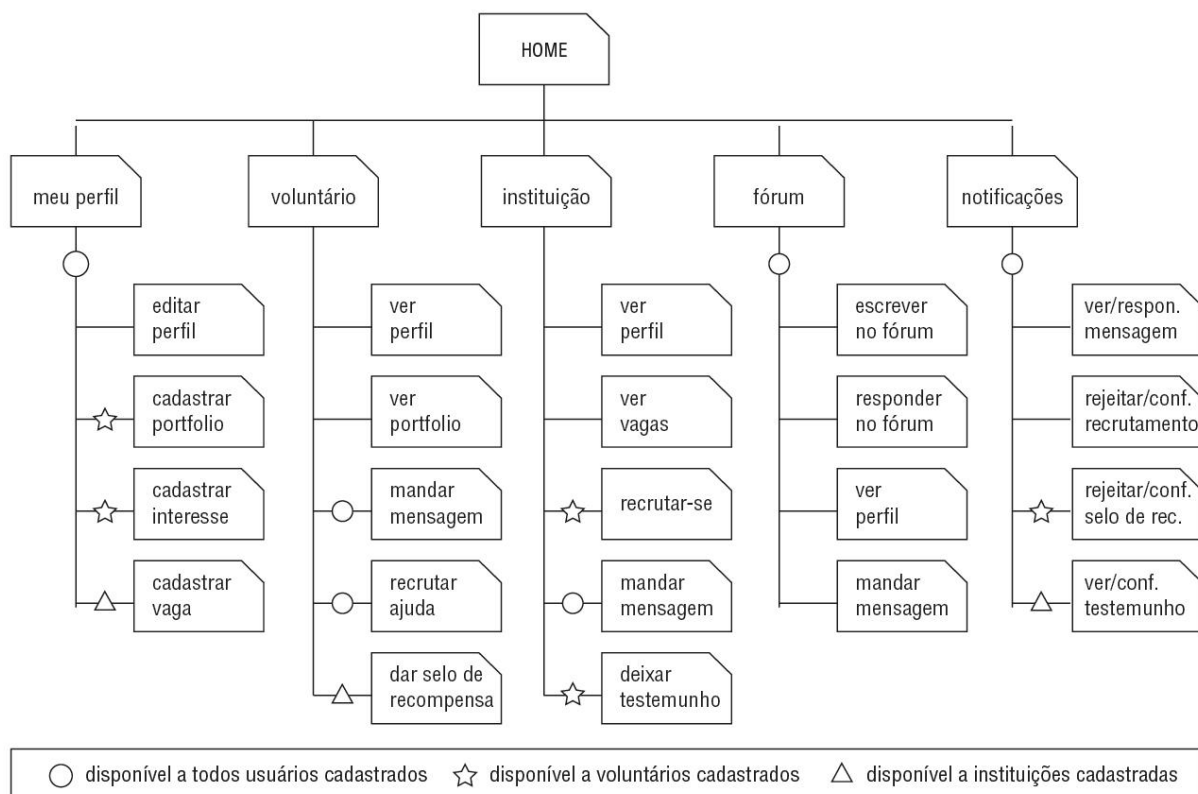
Figura 35 - Requisitos de conteúdo agrupados e colocados em níveis



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O próximo passo foi a criação do fluxograma (figura 36), onde determinou-se as ações e recursos disponíveis realizados ou acessados a partir da página inicial.

Figura 36 - Fluxograma de arquitetura final



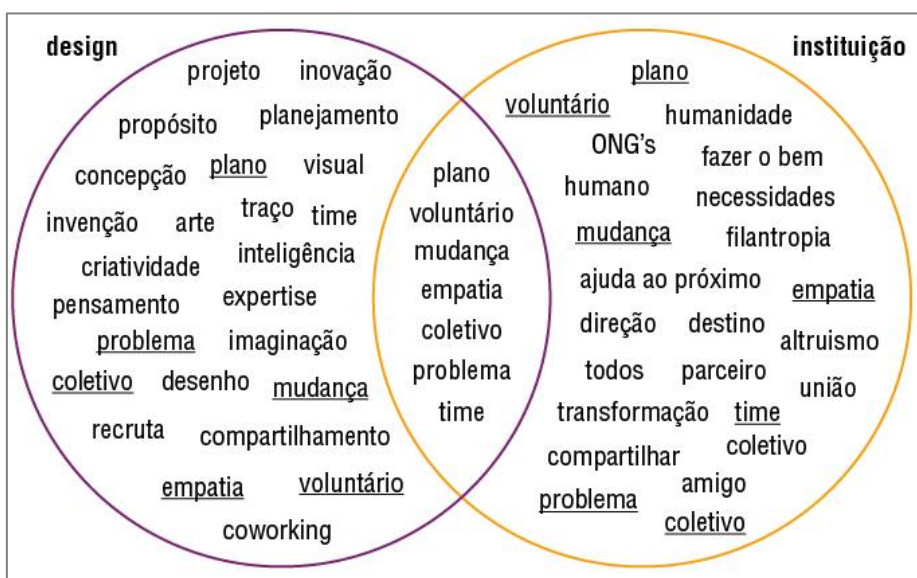
Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O fluxograma final foi criado e apresenta 5 principais acessos pela página inicial. O primeiro deles refere-se ao perfil individual, tanto da instituição quanto do voluntário. É possível ver, conforme apontado pela legenda da imagem, que alguns recursos só são possíveis de serem acessados através de registro prévio (marcado pelo símbolo de uma circunferência); outros só serão visualizados pelos usuários cadastrados com perfil de instituição (símbolo de um triângulo) e outros cadastrados com perfil de voluntário (símbolo de estrela). É importante observar que as ações disponíveis no menu “voluntário” não refere-se a ações apenas para voluntários, mas sim, ações para aqueles que procuram um voluntário. O mesmo acontece para ações do menu “instituições”, que não trata de recursos exclusivos a instituições.

6.2 Nomenclatura

A criação da nomenclatura da ferramenta aconteceu a partir do levantamento de palavras que se relacionavam ao mundo das instituições sem fins lucrativos, e ao mundo do *design*. Na figura 37 pode-se ver os dois cenários criados, considerando-se que dentro do plano em que os dois cenários se unem, encontra-se o resultado posteriormente obtido.

Figura 37 - Diagrama de Venn representando os cenários



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A partir dos dois cenários e através da ferramenta *brainstorm* fez-se a geração de alternativas para os possíveis nomes, conforme mostrado na figura 38.

Figura 38 - Geração de alternativas para o nome do projeto

recruta coletivo	time recruta	design recruta	design que muda
recruta do bem	coletivo do bem	bem coletivo	destino recruta
plano recruta	ser recruta	coletivo recruta	design coletivo
conexão recruta	design recruta	cole design	plano coletivo

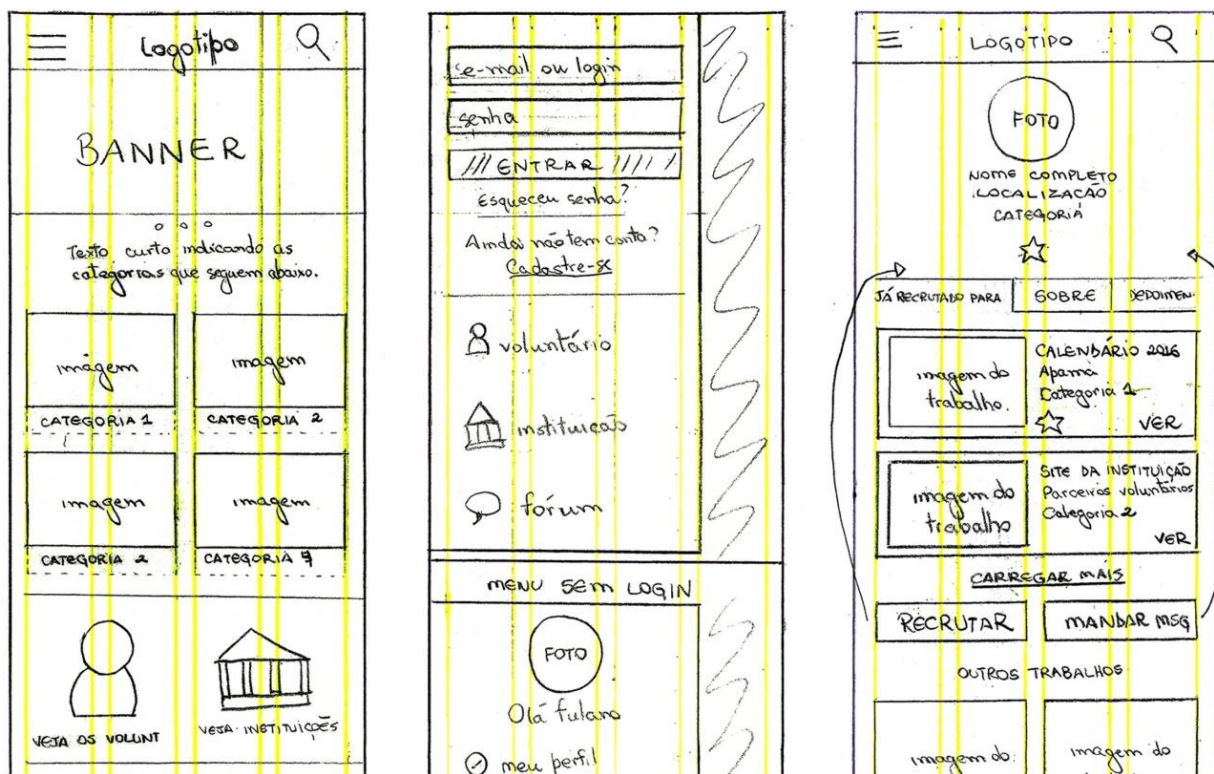
Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A partir dos nomes gerados, fez-se uma seleção prévia com três nomes considerados mais adequados para a proposta (marcados com uma cor mais escura na figura 38). Com essas três opções, escolheu-se o nome final considerando seu significado, sonoridade e fácil pronúncia. O nome escolhido foi **BEM COLETIVO**, que refere-se a algo feito de forma bastante coletiva ou uma boa ação feita de forma coletiva.

6.3 Wireframes

Iniciou-se o desenvolvimento dos *wireframes* de forma manual, pois considerou-se que dessa forma se teria maior liberdade na composição dos elementos e suas disposições no *layout*, não sendo necessário a preocupação com dimensões reais. Criou-se no total doze telas voltadas a interface para celulares. Na figura 39 pode-se ver parte dos *wireframes* criados de forma manual para a tela inicial, página de menu e página de perfil do voluntário, dispostas respectivamente na figura apontada.

Figura 39 - Wireframes desenvolvidos de forma manual



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

É possível perceber a partir da figura anterior que ao longo do processo manual alguns elementos foram ajustados, como foi o caso dos elementos "Recrutar" e "Mandar mensagem", que foram levados para a parte superior da tela. Além destes ajustes, ao criar os *wireframes* no formato digital, também se fez modificações em relação ao que havia se projetado inicialmente. Na figura 40 é possível visualizar um exemplo destas modificações. Inicialmente, para a tela de apresentação do perfil da instituição, projetou-se, conforme ordem de disposição, os seguintes elementos: logo, nome da instituição, localização, causa e um menu com três abas apresentando as vagas de voluntariado (precisa de planos para), planos concluídos e depoimentos. Já no *wireframe* digital, excluiu-se o menu com as três abas, dispondo as informações ao longo da mesma interface. Também incluiu-se logo após as informações de logo, nome, localização e causa um botão para o usuário mandar mensagem.

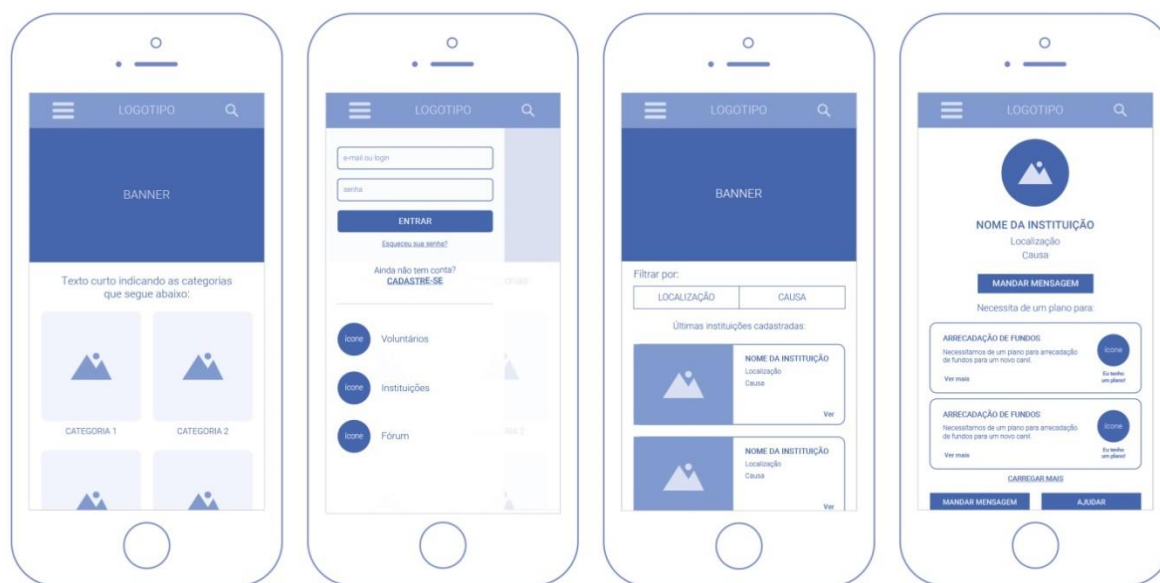
Figura 40 - Exemplo de modificações feitas na construção dos *wireframes*



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Foram desenvolvidas no total 15 telas para *mobile*, utilizando-se apenas de uma cor e dando os pesos aos elementos da interface conforme a sua importância. Todas as telas desenvolvidas poderão ser visualizadas a partir do apêndice G ao final deste trabalho. Na figura 41, destacam-se quatro diferentes telas, apresentando a jornada de um usuário classificado como voluntário. Na primeira delas, o usuário entra na página inicial e clica no botão de menu, no canto superior esquerdo. Na sequência é aberta a tela de menu, e o usuário clica na opção “instituições”, sendo levado para a página de apresentação das instituições, conforme a terceira tela da figura. O usuário então clica na instituição escolhida e abre-se a tela de apresentação da instituição, onde ele pode realizar ações como mandar mensagem, ou oferecer-se para ajudar a instituição ou escolher uma das vagas voluntárias em aberto.

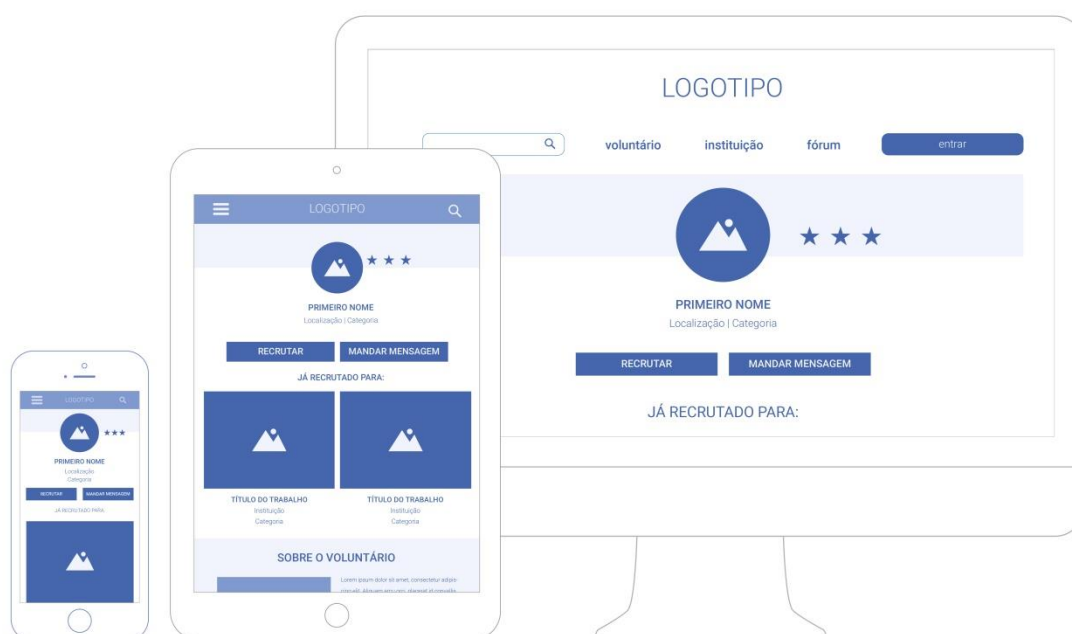
Figura 41 - Telas de *wireframes* simulando jornada de um usuário voluntário



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Após a conclusão das telas para *mobile*, fez-se a adaptação para as telas de *desktop* e *tablet* (figura 42). Para estes dois formatos citados desenvolveram-se apenas três *wireframes* para cada formato, disponíveis no apêndice H.

Figura 42 – Apresentação dos *wireframes* em formatos diferentes de tela



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A figura 42 apresenta um diferente *wireframe* e a forma prevista para que ele se comporte responsivamente de acordo com o formato de cada tela. O dispositivo da esquerda trata-se de um telefone celular; o do centro refere-se a um computador portátil e à direita um computador de mesa.

6.4 Cardsorting

Os 31 cartões aplicados (apêndice I) na técnica de *cardsorting* descreviam atividades relacionadas à área criativa (figura 43). O primeiro formato aplicado seguia o modelo aberto, e aplicou-se em 13 participantes. Obteve-se, portanto, 13 formas diferentes de classificação dos itens.

Figura 43 - Modelo de 3 cartões aplicados no *cardsorting*



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Das 13 respostas, apesar haver divergências na categorização, foi possível notar algumas semelhanças na análise informal, portanto, as categorias criadas foram agrupadas conforme similaridade de cartões colocados dentro delas pelos participantes, chegando-se em 8 grupos provisórias (figura 44), que posteriormente se tornarão as categorias finais do projeto.

Figura 44 - Quadro com agrupamento das categorias conforme cartões

AGRUPAMENTO DE CATEGORIAS POR SIMILARIDADE DE CARTÕES			
GRUPO 1 <ul style="list-style-type: none"> • Publicidade e propaganda (2) • Comunicação dirigida • Publicidade direta • Comunicação • Promoção • Sellerman 	GRUPO 2 <ul style="list-style-type: none"> • Comunicação visual (4) • Sinalização • Relacionamento • Empresarial (2) 	GRUPO 3 <ul style="list-style-type: none"> • Branding (3) • Identidade visual (2) • Identidade (2) 	GRUPO 4 <ul style="list-style-type: none"> • Olhar 3D • Modelagem • Técnica • Ilustração • Desenhistas
GRUPO 5 <ul style="list-style-type: none"> • Design gráfico (4) • Design gráfico ou gráfico • Design (2) • Gráfico e packing • Design gráfico + comunicação • Impressos (2) 	GRUPO 6 <ul style="list-style-type: none"> • Design digital (2) • Digital (2) • Digitalman • Web (2) • Marketing e digital 	GRUPO 7 <ul style="list-style-type: none"> • Negócios • Tecnologia e informação • Produto e relacionamento • Relacionamento • Produto • Serviço • Design de serviço (2) • Produtos e serviços (2) • Design de produto (4) • Projetos (3) • Design 	OUTROS <ul style="list-style-type: none"> • Geek • Design ambiental • Embalagens

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Através da figura anterior pode-se observar o agrupamento das categorias citado anteriormente. Algumas categorias foram repetidas algumas vezes, ou seja, mais de um participante a nomeou da mesma forma, então essas foram identificadas com um número ao lado de seu respectivo nome, indicando quantas vezes ela apareceu na análise realizada. As categorias que apareceram apenas uma vez e não seguiram uma afinidade conforme as demais foram colocadas em um grupo denominado de OUTROS.

Como o objetivo era ter até 6 categorias, unificou-se 3 grupos considerados semelhantes, tanto pelo nome quanto pelos cartões inseridos nestas categorias pelos participantes. Os grupos unificados foram os de número 1, 2 e 5. O grupo OUTROS foi eliminado por ser considerado fora do padrão, conforme já mencionado. Desta forma, obteve-se no final 5 grupos (figura 45), que receberam sua nomenclatura e suas atividades. Para a definição do nome, consideraram-se os termos que mais aparecerem em cada grupo. Já para a definição das atividades, fez-se a contagem dos cartões que mais apareceram em cada uma delas.

Figura 45 - Quadro com as categorias agrupadas e suas atividades

CATEGORIAS FINAIS E SUAS RESPECTIVAS ATIVIDADES		
PUBLICIDADE E DESIGN Propaganda, comunicação visual ,gráfica e impresso. <ul style="list-style-type: none"> • Anúncios (13) • Arte para outdoor (13) • Banner (13) • Folheto impresso (13) • Calendário (12) • Convite (12) • Encarte de ofertas (12) • Diagramação (10) • Estampa (9) • Arte para quadro (8) • Comunicação visual para fachada (8) • Display de mesa promocional (8) • Papelaria (8) • Caixas e embalagens (7) • Placas e sinalização (7) • Projeto de embalagem (7) 		PRODUTOS E SERVIÇOS Projetos e negócios <ul style="list-style-type: none"> • Produto para acessibilidade (12) • Solução em Serviço (10) • Criação de móvel (10) • Projeto de ambiente (9) • Troféu ou medalha (7)
IDENTIDADE VISUAL Logotipo, branding e tipografia <ul style="list-style-type: none"> • Logotipo (7) • Identidade visual (7) • Tipografia (6) • Uniforme e vestuário (5) 	ILUSTRAÇÃO E 3D Personagens, animação e desenhos manuais <ul style="list-style-type: none"> • Ilustração de personagem (6) • Modelagem e renderização 3D (5) 	DIGITAL Online, internet, web <ul style="list-style-type: none"> • Criação de site (8) • Interface para aplicativo (8) • Newsletter de email (8) • Postagem para redes sociais (8)

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

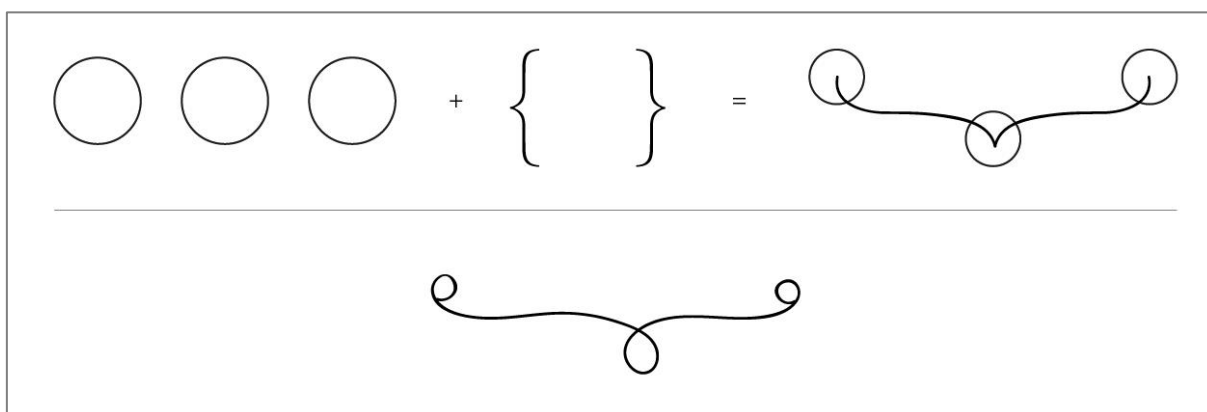
Observa-se através da figura anterior a forma como as categorias e atividades foram classificadas. Para cada nome, deu-se ainda uma descrição curta, que servirá de apoio ao usuário para compreender o que ela representa. As atividades que apareceram mais de uma vez dentro da categoria foram identificadas com o número de vezes ao lado do seu respectivo nome. No projeto, será considerada ainda a inclusão da categoria “Outros” para que os usuários classifiquem dentro dela aquilo que for diferente do que está sendo proposto em cada categoria.

Após a aplicação do *cardosrting* em formato aberto, aplicou-se a técnica novamente, em formato fechado, em pessoas que não possuíam relação profissional ou acadêmica com o *design*. As categorias utilizadas foram aquelas mostradas na imagem 44. Com a técnica, verificou-se que pessoas que não possuem contato frequente com a área criativa mostram-se em dificuldade de colocar as atividades de *design* dentro de categorias específicas. Portanto, para projeto resultado final, será considerada uma forma de colocar como apoio às categorias uma explicação do que se trata e contempla cada uma delas.

6.5 Identidade visual

Iniciou-se a criação da identidade visual a partir da definição de um conceito. Para este projeto o conceito escolhido foi o que o próprio nome representa, isto é, trabalho coletivo, união e fazer o bem. O projeto possui três principais personagens: o AGENTE, que é aquele que busca ajuda ou dispõe-se a ajudar (organização ou voluntário), o RECRUTADO, que é aquele que é buscado pelo agente (organização ou voluntário) e o FAVORECIDO, que é o personagem da causa pela qual o agente e recrutado irá trabalhar. Estes três personagens estão representados por circunferências na figura 46. Escolheu-se também o uso do símbolo de chaves, que representa a união de diversos itens que formam um grupo.

Figura 46 - Conceito da identidade visual expresso em símbolos



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Unindo os três personagens e o símbolo de chaves, chegou-se à forma expressa na figura 46, no canto superior direito. A partir disso, transformou-se esta união em um símbolo, que pode ser visualizado também na figura 46 na parte inferior da imagem, com traços orgânicos, representando ainda a união das chaves e os três personagens, sendo que em uma ponta está o agente, em outra ponta o recrutado, e no centro está o favorecido. A partir da definição deste símbolo, iniciou-se a geração de alternativas (figura 47).

Figura 47 - Geração de alternativas para logotipo



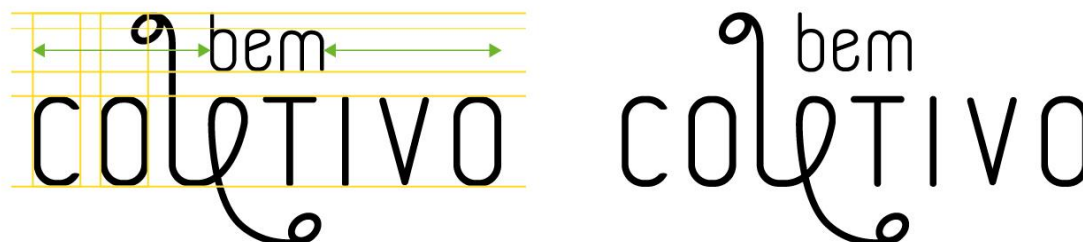
Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A geração de alternativas foi feita de forma manual, e buscou-se representar o símbolo gerado junto de uma tipografia clara e objetiva, de modo que continuasse lembrando o símbolo de chave, origem do conceito para a criação do símbolo final. Por esse motivo, a autora descartou as alternativas que não se adequaram a isso. Por acreditar que alguns elementos em volta do logotipo poderiam dificultar a sua leitura, também se descartou as opções que se caracterizaram por esse formato. Por fim, a autora achou mais adequada a opção em que o símbolo foi trabalhado dentro do próprio logotipo, pois é claro, objetivo, possui boa legibilidade e não possui excesso de elementos. A alternativa escolhida está marcada em vermelho na figura 47.

Após a escolha da melhor alternativa, a autora iniciou o processo de construção digital. Buscou-se seguir as mesmas características desenhadas de forma manual na etapa anterior. Com o auxílio de um grid, a tipografia foi criada seguindo os traços orgânicos do símbolo, sendo incluso o símbolo estipulado

previamente, também alinhado conforme o grid para a construção da tipografia. O processo descrito e seu resultado podem ser conferidos na figura 48.

Figura 48 – Construção do logotipo



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O próximo passo foi a definição da paleta de cores. A autora optou por utilizar-se de uma paleta de cores variada, de forma que fosse possível criar diversas combinações de cores. Um dos objetivos era marcar cada personagem com uma cor diferente fazendo o preenchimento do logotipo, portanto, foram 3 cores para essa finalidade, mais a cor preta para o próprio logotipo e uma cor de apoio para o fundo. As cores foram previstas de forma que não necessitam seguir uma ordem rígida, sendo que há uma liberdade de usá-las de forma livre para combiná-las, sem haver a necessidade de identificar sempre os personagens com mesma cor.

Após alguns testes com diferentes paletas de cores, definiu-se as quatro cores representadas na figura 49. As cores escolhidas (azul, vermelho, laranja e verde) estão presentes no sistema de cores complementares, isto é, dentro de um círculo cromático, estas cores estão posicionadas nos extremos opostos. Optou-se ainda por aplicar estas cores em tons mais fracos para criar uma harmonia e leveza na comunicação.

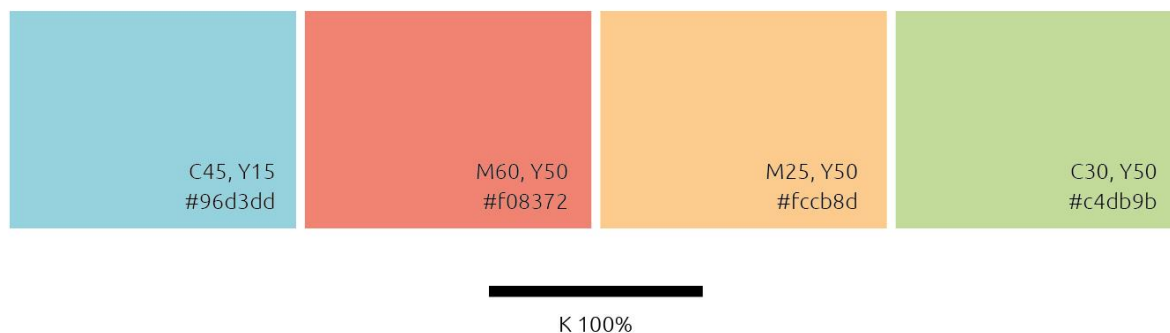
Apesar de utilizar-se em trabalhos digitais o sistema de cores RGB²⁵, para a escolha da paleta de cores utilizou-se o sistema CMYK²⁶ devido a dificuldade de representar as cores RGB em materiais impressos e prevendo que mesmo se

²⁵ “A abreviatura RGB (Red, Green, Blue) representa o método de cores utilizado nos monitores, que fazem uso das cores Vermelho, Verde e Azul para compor imagens coloridas no computador”. Fonte: Printi. Disponível em: < <http://www.printi.com.br/blog/o-que-sao-rgb-e-cmyk> >. Acesso em: 21 de maio de 2017.

²⁶ “O padrão CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) emprega as cores Ciano, Magenta, Amarelo e Preto, e é utilizada para produção de materiais impressos”. Fonte: Printi. Disponível em: < <http://www.printi.com.br/blog/o-que-sao-rgb-e-cmyk> >. Acesso em: 21 de maio de 2017.

tratando de um *site*, os impressos poderiam ser recorrentes para representação da identidade visual.

Figura 49 - Paleta de cores



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Definida a paleta de cores, fez-se a aplicação das cores no logotipo desenvolvido anteriormente. Na figura 50 é possível visualizar o resultado final das cores aplicadas, e ainda, simulações dele aplicado em diferentes fundos, utilizando em todos os casos as cores escolhidas na paleta de cores. A aplicação das cores dentro do logotipo não segue uma ordem lógica ou definida, sendo livre o preenchimento conforme melhor for aplicado.

Figura 50 - Resultado final do logotipo com o uso das cores



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Ainda ao longo do processo de desenvolvimento da identidade visual, fez-se a criação dos símbolos usados para representar ações e conteúdos do *site*. Os seis símbolos superiores da figura 51 foram utilizados na tela inicial do *site*, e cada um representa uma categoria de habilidade dos voluntários cadastrados. Para o desenvolvimento destes símbolos não fez-se a criação prévia de forma manual, e foram desenvolvidas utilizando-se de metáforas do que aquela categoria representa. Os símbolos “eu tenho um plano” e “recrutar” referem-se às duas ações principais do *site*. A primeira delas simboliza o ato de levantar o dedo indicador para voluntariar-se; já a segunda representa um megafone, objeto comumente utilizado para ampliar a voz. Os demais símbolos foram utilizados em conteúdos e também foram criados a partir de metáforas, sem haver o desenvolvimento prévio de forma manual.

Figura 51 - Símbolos criado para o *site*



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Criou-se ainda, ao longo deste processo, algumas simulações extras de possíveis materiais a serem utilizados pelos gerenciadores da marca Bem Coletivo (FIGURA 52).

Figura 52 - Simulações de materiais com a identidade visual



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Por fim, escolheu-se a tipografia utilizada ao longo de todo o *site*. Para isso, optou-se pela tipografia chamada *Ubuntu*, sem serifa e disponível em diferentes versões, conforme observa-se na figura 53. A escolha baseou-se em questões técnicas, mas também observa-se a origem do nome da fonte, que tem forte relação com o contexto do projeto. A palavra *Ubuntu* tem origem africana e é tido como um conceito tradicional do país e expressa o conceito de “Sou o que sou pelo que nós somos” (Espaço Ubuntu, 2017).

Figura 53 - Tipografia escolhida: UBUNTU

A TIPOGRAFIA UBUNTU POSSUI VARIAÇÕES:	
LIGHT:	abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890
<i>LIGHT Itálico:</i>	<i>abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890</i>
REGULAR:	abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890
<i>REGULAR Itálico:</i>	<i>abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890</i>
MÉDIO:	abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890
<i>MÉDIO Itálico:</i>	<i>abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890</i>
NEGRITO:	abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890
<i>NEGRITO Itálico:</i>	<i>abcdefghijklmNOPQRSTUVWXYZ1234567890</i>

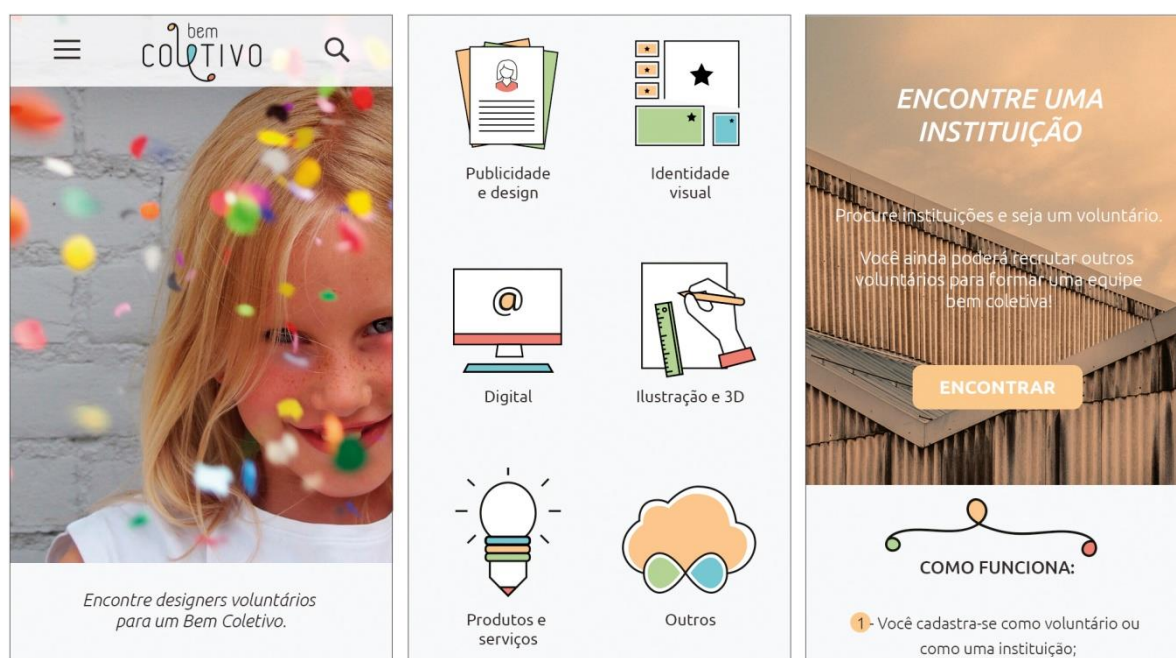
Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A tipografia *Ubuntu*, criada pelo *designer* Dalton Maag, é uma das fontes que o Google disponibiliza para download gratuito em seu diretório de fontes. A tipografia faz parte de um conjunto de tipografias abertas / livres (não pagas) (GOOGLE FONTS, 2017).

6.6 Desenvolvimento das telas

Com base em todo o processo até aqui e ainda levando em consideração o levantamento de dados e pesquisas realizadas anteriormente, o desenvolvimento das telas finais foi iniciado. Na primeira tela apresenta-se os dois principais conteúdos de acesso ao *site*, sendo eles a busca por voluntários e a busca por instituições. Ainda na tela inicial é possível acessar o menu, que foi posicionado à esquerda da tela, no canto superior, através de um ícone. A partir deste menu é possível acessar o conteúdo completo do *site*, conforme proposto no fluxograma de arquitetura. Na figura 54 é possível visualizar parte do conteúdo da página inicial. Na imagem o conteúdo foi dividido em diferentes telas, porém, na navegação esta tela é apresentada em uma única página sendo visualizada através de uma barra de rolagem.

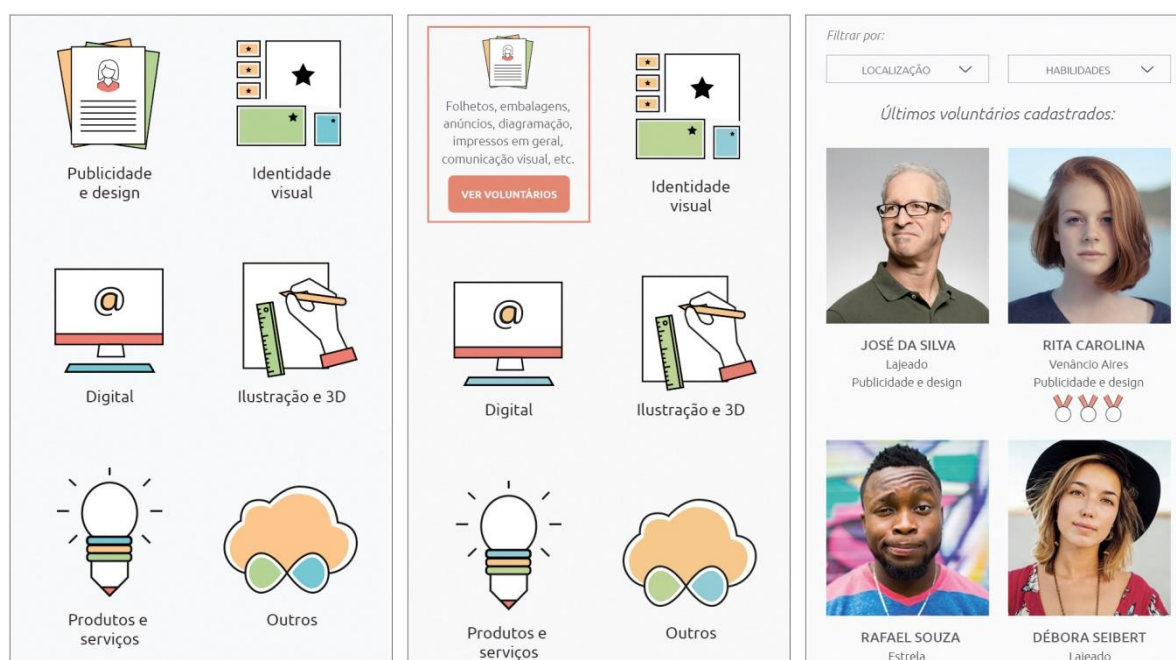
Figura 54 - Apresentação da tela inicial



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A busca por voluntários é apresentada através de um item no menu ou na página inicial a partir das categorias definidas através da técnica de *cardsorting*. Ao todo são 6 categorias representadas através de ícones com seus respectivos nomes. Considerando que muitos participantes tiveram dificuldades em categorizar as atividades no *cardsorting* de formato fechado, aplicou-se um recurso de interação que pode ser utilizado pelo usuário para compreender o que contempla determinada categoria. Este recurso é apresentado na figura 55, onde representa-se uma navegação onde o usuário clicou no item “Publicidade e propaganda”, seguido do recurso de interação onde confirma o que contempla o item para que evitar que o usuário entre em uma página indesejada. Após verificar se é este o item que ele necessita, conforme mostrado na segunda tela, e este clica em “Ver voluntário”, sendo direcionado à página de apresentação dos voluntários daquela habilidade buscada, conforme terceira tela da figura 55.

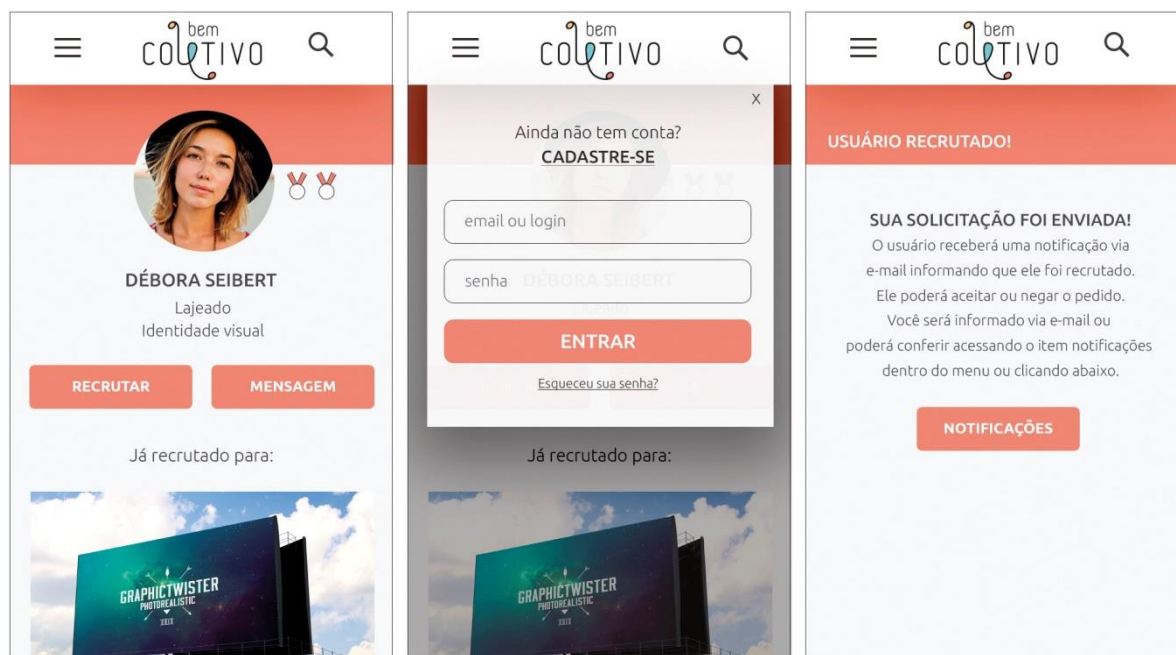
Figura 55 - Busca por voluntários conforme habilidade



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O próximo passo que o usuário em busca de voluntário deve dar é a seleção entre umas das opções apresentadas, conforme a terceira tela da figura 55. As busca pelos voluntários ainda poderá ser filtrada por localidade ou pela habilidade buscada. O usuário então deve escolher um voluntário clicando em sua imagem, sendo possível ver o perfil individual daquele selecionado (primeira tela da figura 56). No perfil do voluntário é mostrado seus dados básicos como nome, localização e habilidade. Logo abaixo apresentam-se os botões chamando para as ações de **recrutar** e **mandar mensagem**. Caso o usuário clique em uma destas ações sem ser cadastrado e sem estar com seu *login* ativo, uma mensagem é mostrada na tela solicitando que o usuário o faça (segunda tela da figura 56). Após fazer o login ou cadastro, a confirmação de recrutamento é mostrada na tela e o usuário recrutado é notificado.

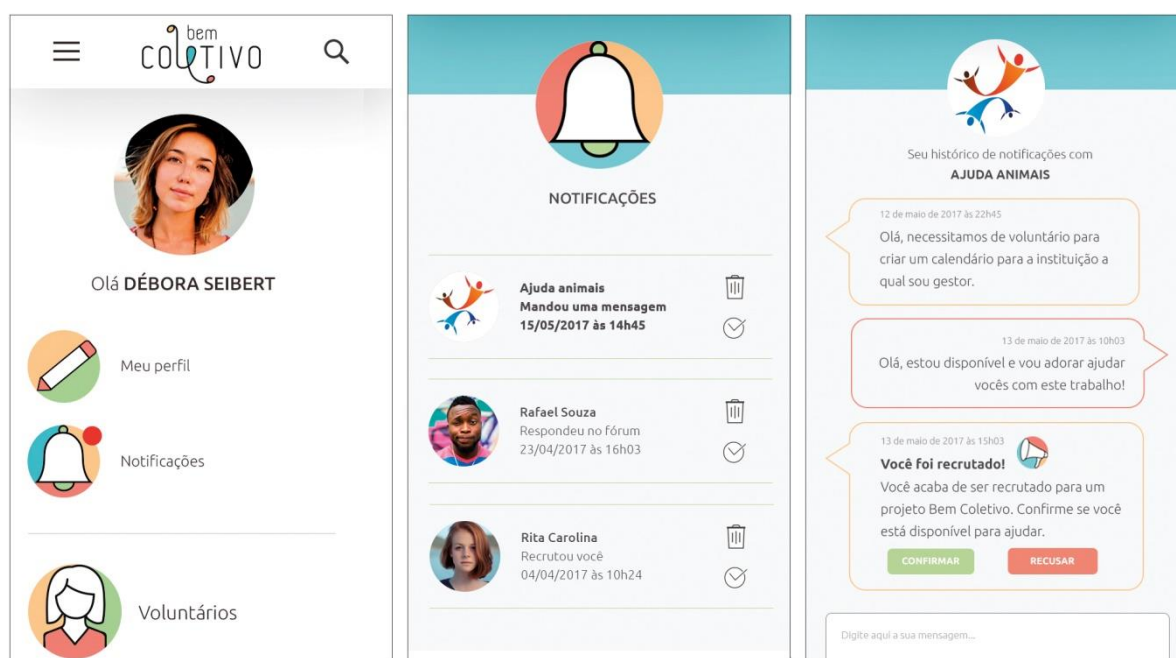
Figura 56 - Processo de recrutamento de usuário



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A notificação de recrutamento será enviada para o usuário e este poderá recusar ou aceitar a oferta, sendo que a resposta do usuário ficará será recebida pelo recrutador também através da aba notificações. Todas as notificações são disparadas via e-mail e o usuário poderá acessá-las também através do *site* na opção notificações dentro do menu. Quando o usuário possuir uma nova notificação, este item no menu é diferenciado com uma circunferência em vermelho, indicando que existe uma nova interação recebida e não visualizada, conforme visualiza-se na primeira tela da figura 57. O usuário então acessa as notificações, e todas as interações recebidas são listadas nesta página, sendo que as novas são mostradas em fonte negrito (segunda tela da figura 57). Ao lado de todas elas existe a opção de marcar a interação como lida ou apaga-la. Clicando em cima da atividade é possível visualizá-la por completo (terceira tela da figura 57), e a marcação em negrito automaticamente segue a forma das demais interações já visualizadas.

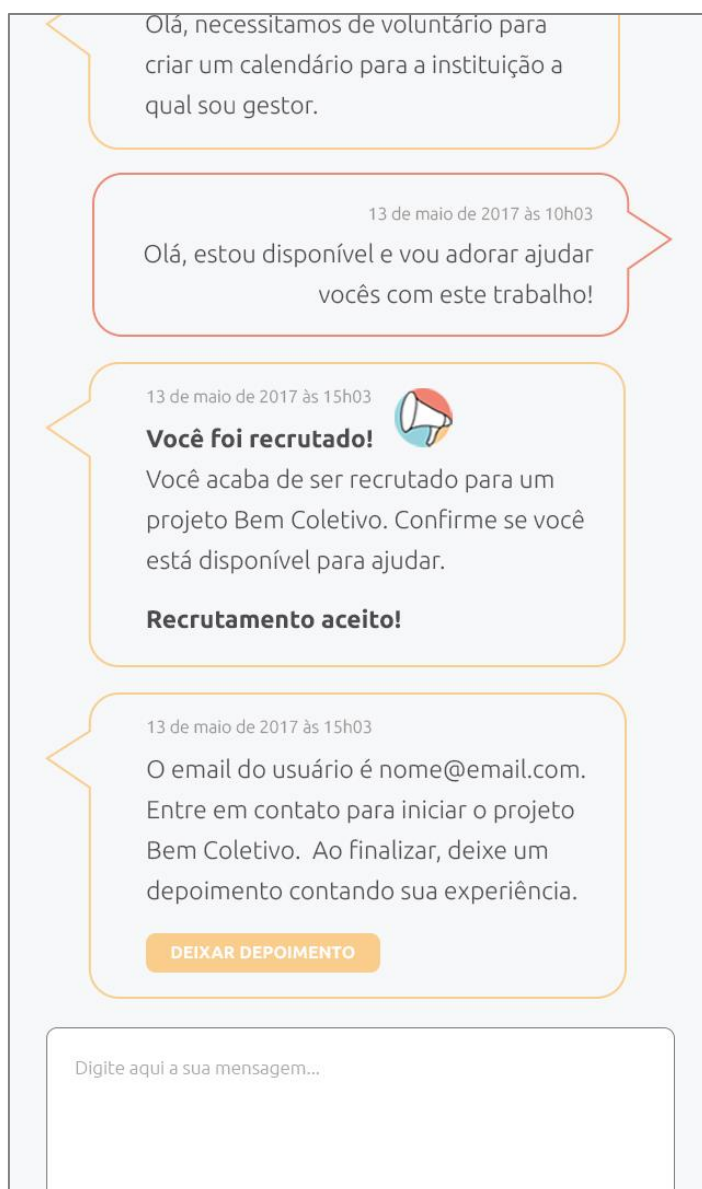
Figura 57 - Processo de notificação do usuário



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Ao receber a notificação de recrutamento o usuário poderá aceitar ou recusar. Ao aceitar, o e-mail do usuário recrutador é mostrado no intuito de facilitar o contato entre as duas partes (figura 58), e automaticamente, o usuário que recrutou recebe a notificação confirmando que o recrutado aceitou, e o e-mail também é disponibilizado a ele. Após aceitar a oferta, automaticamente os dois usuários recebem uma notificação para que a outra parte seja avaliada através de depoimento. Ao receber uma avaliação no formato de depoimento, o voluntário recebe uma medalha, que aparecerá em seu perfil indicando o número de vezes que já realizou trabalho voluntário através do *site* Bem Coletivo. Essa medalha tem o intuito de valorização do voluntário, necessidade identificada ao longo do levantamento de dados com entrevista ao público considerado usuário.

Figura 58 - Tela de histórico de interações recebidas com usuário

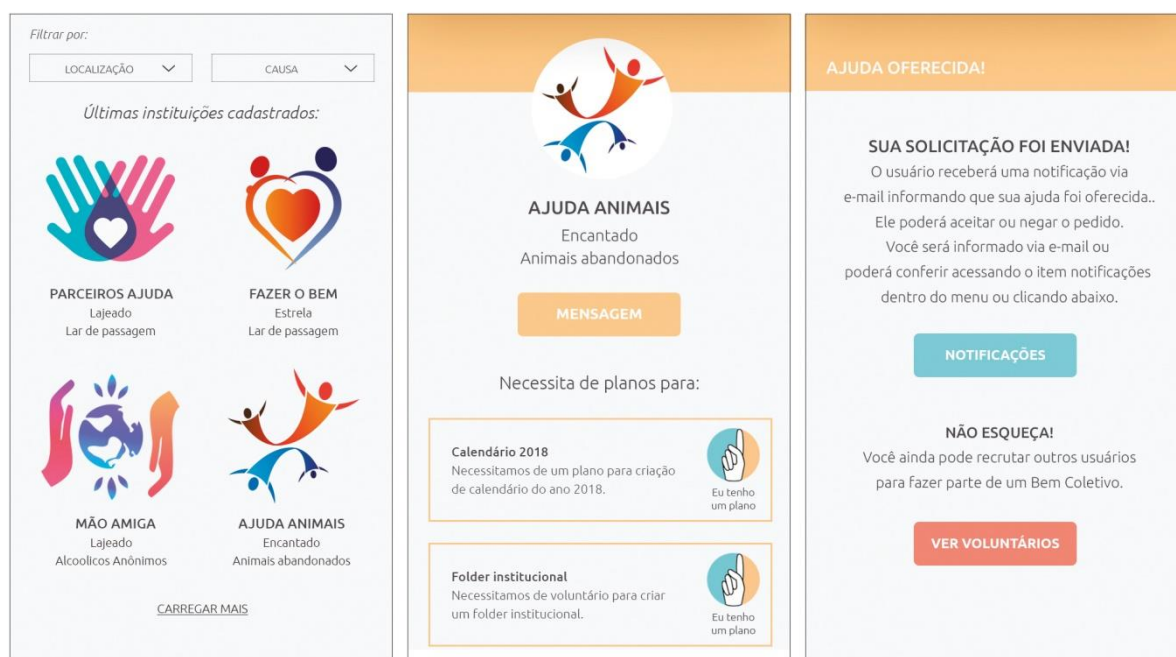


Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Os usuários voluntários podem encontrar uma instituição através da tela inicial do *site* ou pelo menu no item **instituições**. Clicando nesta opção é possível visualizar as últimas instituições cadastradas (primeira tela da figura 59), sendo possível filtrar conforme a causa que a instituição atende ou localização da entidade. Ao selecionar uma instituição é possível visualizar o perfil da mesma (segunda tela da figura 59) com as vagas em aberto. O usuário que deseja ajudar clica no item **eu tenho um plano** na página da instituição e recebe a confirmação do envio de ajuda. O usuário da instituição recebe uma notificação, e ao aceitar ou recusar, o voluntário

também é notificado. O voluntário ainda é lembrado que pode recrutar outros usuários (terceira tela da figura 59) para fazer parte de um trabalho voluntário coletivo.

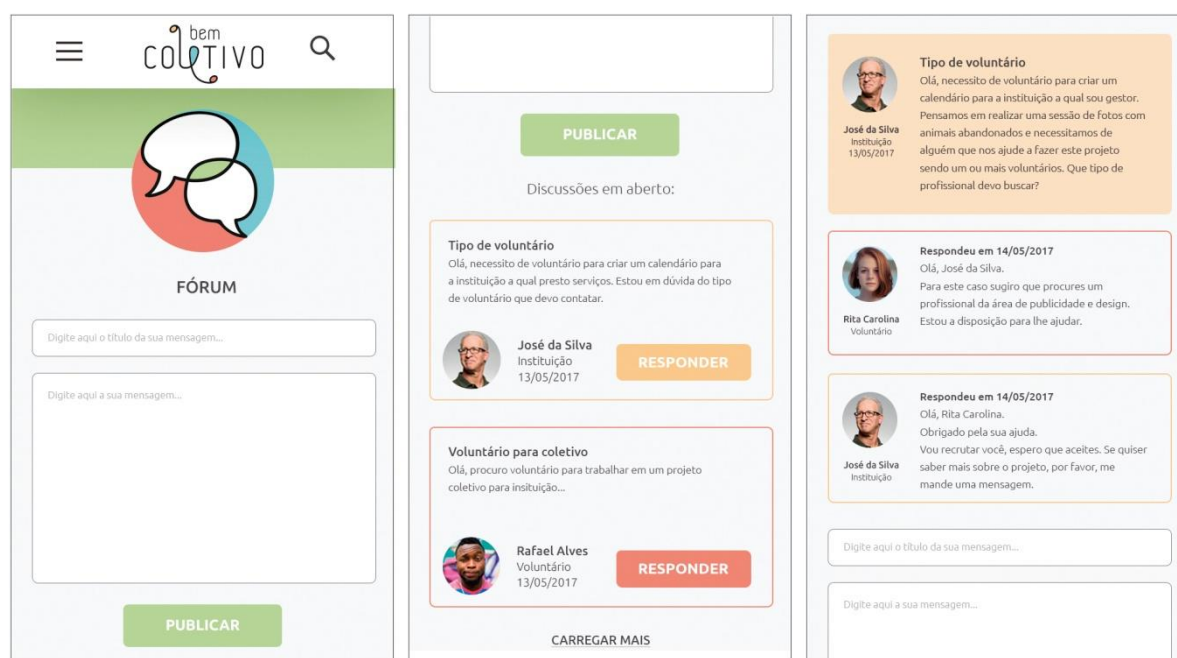
Figura 59 - Apresentação das instituições



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Para os usuários que possuem dúvidas ou procuram um lugar para trocar ideia antes de efetuar alguma interação com outro usuário, é possível acessar ao fórum do *site*, item disponível dentro do menu (primeira tela da figura 60). É possível ainda visualizar as discussões do fórum em aberto e fazer parte dando a sua opinião (segunda e terceira tela da figura 60).

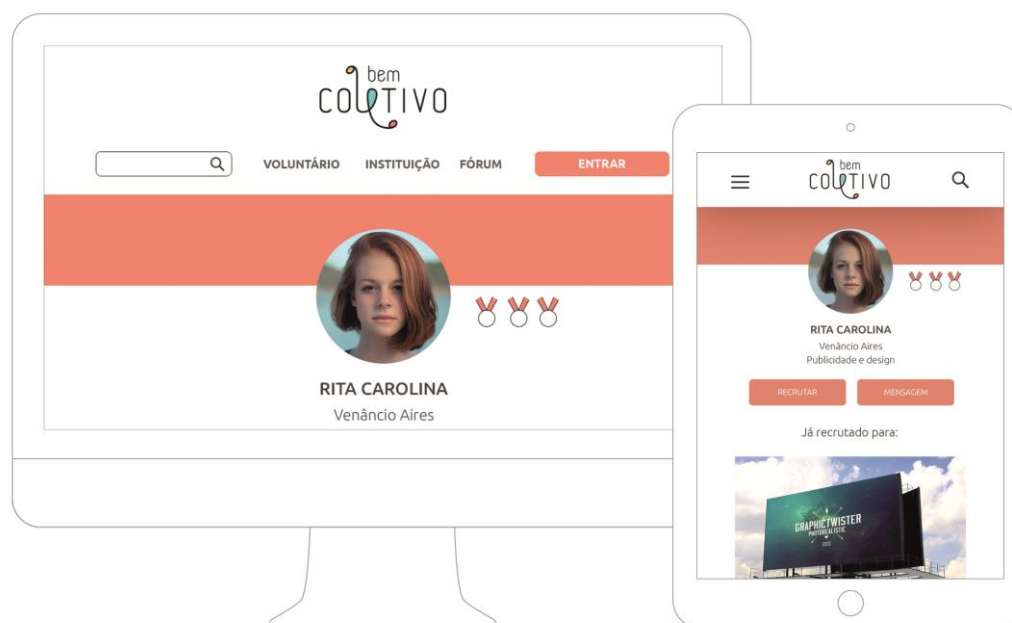
Figura 60 - Fórum



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A seguir, fez-se adaptação das telas os formatos *tablet* e *desktop*. Na figura 61 visualiza-se a tela de perfil do voluntário adaptada para ambos formatos.

Figura 61 - Página inicial adaptada ao formato desktop e tablet



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Figura 62 - Comportamento da tela inicial em três dispositivos



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Na figura 62 é possível visualizar a forma como a tela inicial do *site* comporta-se em diferentes dispositivos, sendo ele *mobile*, *tablet* e *desktop*. Manteve-se a identidade visual criada e os elementos em todas as versões, adaptando apenas o grid conforme responsividade.

6.7 Teste de validação

Foi entregue a 4 pessoas diferentes o protótipo criado na plataforma Marvel no intuito de analisar de que forma essas pessoas interagiam com a ferramenta. Para as duas pessoas que possuíam envolvimento com o *design* (participante 1 e 2), foram dada a tarefa de localizar uma instituição simulando a busca por uma oportunidade voluntária. Para as duas pessoas que não possuíam relação com *design* (participante 3 e 4), foi dada a tarefa de recrutar um *designer* como

voluntário. Em ambos os casos, as pessoas realizaram a tarefa realizando de 4 a 6 cliques.

Foi constatado que a ferramenta de filtro foi utilizada em todos os casos. A navegação de todas as 4 pessoas foi diferente. O participante 1 procurou realizar a sua tarefa buscando a solução no campo de busca representado por um lupa. Já o participante 2 procurou aquilo que buscava ao longo da página inicial. O participante 3 buscou aquilo que procurava acessando imediatamente o menu, e o participante 4 visualizou toda a página inicial, fazendo a leitura dos textos, para então buscar aquilo que procurava.

Apesar das 4 interações com a ferramenta terem acontecido de forma diferente, todos os 4 participantes tiveram sucesso em localizar aquilo que procuravam.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo apresentam-se os resultados da pesquisa e conclusões obtidas através do levantamento de dados e metodologia. Também, são feitas reflexões relativas à ferramenta apresentada e sugestões para trabalhos futuros relacionados a este tema.

Os assuntos trazidos no referencial bibliográfico foram essenciais para a compreensão do tema aqui proposto em um âmbito geral. A partir do capítulo que fala-se sobre o *design* no Brasil, pode-se compreender que este tema ainda é bastante incerto em nosso país, e muitos não sabem explicar o que é e o que faz. Essa questão foi de extrema relevância neste projeto.

Já o capítulo que fala sobre a evolução do *design*, foi importante, pois se abordaram técnicas e conceitos, desde ergonomia até o *design* centrado no homem, conceitos aplicados na ferramenta. Em relação ao capítulo que aborda as questões sobre o voluntariado no Brasil e no *design*, pode-se perceber que muitas pessoas estão dispostas a dedicar o seu tempo a uma tarefa na qual gosta de realizar, porém, muitos não sabem onde obter informações ou necessitam que sejam recebidos com as informações um pouco mais prontas ao invés de ir atrás para buscar as oportunidades. Sendo assim, o que se está propondo é considerado efetivo para estas pessoas.

O levantamento de dados confirmou a hipótese trabalhada desde o início deste trabalho. A realização das entrevistas individuais proporcionou uma visão mais profunda em relação aos possíveis usuários, porém, percebeu-se que ao invés de entrevistas individuais, a realização de um grupo focal o resultado poderia ter sido mais efetivo.

A união das duas metodologias (Garret e IDEO) foi efetiva e possibilitou o equilíbrio entre um resultado satisfatório para avaliações técnicas e de satisfação do usuário. Perceberam-se, inclusive, semelhanças entre as duas metodologias, de forma que além de complementarem-se, elas compartilharam características em comum.

Através das entrevistas e da técnica de *cardsorting* foi constatado que realmente existe uma grande dificuldade de reconhecimento da atividade de *design*. Constatou-se também que até mesmo as pessoas que trabalham com essa atividade diariamente não visualizam a atividade de forma unânime, fato esse constatado a partir da forma diferente em que cada participante categorizou as atividades no modelo de *cardsorting* aberto.

Nota-se que o voluntariado em *design* ainda é pouco explorado na região do Vale do Taquari, local de coleta das informações para o levantamento de dados. O *designer*, muito além de criador de peças gráficas bonitas, como é visto muitas vezes, pode ser um grande agente transformador, já que possui habilidades interdisciplinares para resolver problemas de forma criativa e inovador. Apesar do objetivo deste trabalho ter sido alcançado, acredita-se que este assunto não tenha sido esgotado ainda, portanto, a autora incentiva novos estudos e pesquisas que unem o *design* e o voluntariado.

Para novas propostas relativas a ferramentas como esta, sugere-se a realização de um grupo focal formado por *designers* (profissionais e estudantes), gestores de ONG's, voluntários e profissionais de instituições que trabalham para o bem comum. Desta forma, é possível haver uma melhor troca de ideia entre todos os usuários da ferramenta a ser proposta.

Também se sugere um estudo mais aprofundado em relação a recursos utilizados em ferramentas digitais para possibilitar a navegação de deficientes visuais. Esses recursos são importantes, pois tornarão a ferramenta mais acessível e humana. Para este trabalho considerou-se desenvolver um aplicativo móvel, porém, como o propósito é a utilização do maior número de pessoas possíveis, acreditou-se que um *site* seria mais acessível por não depender unicamente de um *smartphone*, pois ele poderá ser acessado tanto através de celulares, quanto por

tablets e computadores. Considera-se que o processo de cadastro e busca por voluntariado, sendo realizado de forma virtual através da ferramenta proposta, facilitará aqueles que querem ajudar mesmo à distância ou possuem alguma mobilidade reduzida. Acredita-se que desta forma o número de *designers* voluntários poderá, inclusive, aumentar.

A interface da ferramenta apresentada aqui pode ser considerada como uma versão de lançamento, sendo necessárias constantes atualizações e testes para melhorias conforme difundida. Para projetos futuros, sugere-se a realização de um teste de usabilidade com usuários da ferramenta.

Considerando as dificuldades em relação ao entendimento da profissão do *designer* levantadas neste trabalho, acredita-se ser fundamental a divulgação desta ferramenta para que esta tenha uma adesão maior. Esta divulgação poderá ocorrer através de impressos, materiais digitais e/ou vídeos, demonstrando a sua funcionalidade da forma mais didática possível. Entende-se que *designers* e profissionais da área criativa poderão compreender de forma mais fácil a proposta, portanto, seria esperado, inicialmente, uma adesão maior destes usuários.

Por fim, para que este projeto saia do papel é fundamental a criação de um grupo de profissionais programadores e *designers*, para que estes trabalhem em conjunto na programação e na avaliação das respostas dos usuários, fazendo ajustes e melhorias conforme necessário.

REFERÊNCIAS

ABERGO. **Associação brasileira de ergonomia**. Disponível em: <www.abergo.org.br>. Acesso em: 27 de ago. de 2016.

AGNI, Edu. Por que ainda precisamos falar de Mobile First?. Blog UX Design. 2016. Disponível em: <<https://uxdesign.blog.br/por-que-ainda-precisamos-falar-de-mobile-first-19953f7b938>>. Acesso em: 17 de maio de 2017.

ALENCAR, Vagner. **Aplicativo gratuito conecta voluntários e ONGs**. Blog Por Vir. 2012. Disponível em: <<http://porvir.org/app-gratuito-conecta-voluntarios-ongs/>>. Acesso em: 16 de out. de 2016.

AUTO ENTUSIASTAS. **Kia Soul, no uso**. 2014. Disponível em: <www.autoentusiastas.com.br/2014/12/kia-soul-no-uso/>. Acesso em: 20 de ago. de 2016.

AZEVEDO, Debora. Voluntariado corporativo: motivações para o trabalho voluntário. **Revista Produção Online, edição especial**. Florianópolis: 2007. Disponível em: <www.producaoonline.org.br/rpo/issue/view/9>. Acesso em: 31 de out. de 2016.

BOLETTI, Rosane Rosner; CORRÊA, Vanderlei Moraes. **Ergonomia: fundamentos e aplicações**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

_____. **Do material ao digital**. São Paulo: Blucher, 2015.

BLOG AUTO. **Kia Motors já divulga linha 2012 do Soul**. 2011. Disponível em: <www.blogauto.com.br/kia-motors-ja-divulga-linha-2012-do-soul/>. Acesso em: 18 de ago. de 2016.

BRASIL. **Constituição federal**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 29 de out. de 2016.

_____. Lei nº 13.297, de 16 de junho de 2016. **Código Civil**. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/Lei/L13297.htm>. Acesso em: 29 de out. de 2016.

BRAGA, Caio. Acessibilidade: o impacto das cores. 2015. **Blog Arquitetura de Informação**. Disponível em <<http://arquiteturadeinformacao.com/acesibilidade/acesibilidade-o-impacto-das-cores/>>. Acesso em: 15 de set. de 2016.

BROWN, Tim. **Design thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 11ª reimpressão.

BUCKLEY, Chase. The future is near: 13 design predictions for 2017. **UX Magazine Blog**. 2016. Disponível em <www.uxmag.com/articles/the-future-is-near-13-design-predictions-for-2017>. Acesso em: 10 de set. de 2016.

CAMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 1.391, de 2011**. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/989326.pdf>>. Acesso em: 08 de out. de 2016.

CAMARGO, Ana Amélia Mascarenhas. **Direito do trabalho no terceiro setor**. São Paulo: Saraiva, 2008.

CARA, Milene. **Do desenho industrial ao design no Brasil**: uma bibliografia crítica para a disciplina. São Paulo: Blucher, 2010.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

BITTENCOURT, João Paulo ; CHAVES, Iana Garófalo; TARALLI, Cibele Haddad. **O design centrado no humano na atual pesquisa brasileira** - uma análise através das perspectivas de Klaus Krippendorff e da IDEO. 2013. Disponível em: <www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/download/1560/769>. Acesso em: 01 de nov. de 2016.

DESIGN 4 DIGNITY. Disponível em < www.designsfordignity.org>. Acesso em: 12 de out. de 2016.

ESPAÇO UBUNTU. A filosofia Ubuntu. Disponível em: < <http://www.espacoubuntu.com.br/a-filosofia.html>>. Acesso em: 28 de junho de 2017.

FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. Disponível em < www.fundacaoitausocial.org.br>. Acesso em: 22 de abr. de 2016.

G1. **Brasil tem 16,4 milhões de voluntários. É pouco**. Por André Trigueiro. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/natureza/blog/mundo-sustentavel/post/brasil-tem-164-milhoes-de-voluntarios-e-pouco.html>>. Acesso em 12 de outubro de 2016.

GARRET, Jesse James. **The elements of user experience** 2. Ed. Estados Unidos da América: New Riders, 2011.

GALITZ, Wilbert O. **The Essential Guide to User interface design**. 2ª ed. Nova York, Estados Unidos da América: John Wiley & Sons Inc., 2002.

GOOGLE FONTS. **Ubuntu**. Diretório de fontes do google. Disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/Ubuntu>>. Acesso em: 22 de maio de 2017.

GRPCOM Instituto. **ONGs são beneficiadas com trabalhos voluntários na área de design**. 2011. Disponível em: <http://www.institutogrpcom.org.br/noticia/ongs-sao-beneficiadas-com-trabalhos-voluntarios-na-area-de-design#sthash.AnkfaEon.dpuf>. Acesso em: 26 de abr. de 2016.

HIPPO ROLLER. Disponível em <www.hipporoller.org>. Acesso em 1º de maio de 2017.

IBGE. **As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil**. 2010. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv62841.pdf>>. Acesso em: 30 de out. de 2016.

IDEO. Disponível em <www.ideo.com>. Acesso em: 1º de out. de 2016.

IDEO.org. **The field guide to human-centered design**. Canada, 2015.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: Projeto e produção**. 2ª ed. revista e ampliada. São Paulo: Blucher, 2005.

JARRET, Caroline; MINOCHA, Shailey; STONE, Debbie; WOODROFFE, Mark. **User interface design and evaluation**. São Francisco, CA: Elsevier, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KRUG, Steve. **Don't make me think! A common sense approach to web usability**. 2ª ed. California, Estados Unidos da América: New Riders Publishing, 2006.

MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Rio de Janeiro: E-paper, 2008.

MARVEL APP. Disponível em: <www.marvelapp.com>. Acesso em: 21 de maio de 2017.

MDIC - Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. **O Programa Brasileiro de Design (PBD)**. Disponível em: <www.mdic.gov.br/competitividade-industrial/design/o-programa-brasileiro-de-design-pbd>. Acesso em: 15 de set. de 2016.

MEC - Ministério da Educação. **Educação Profissional: referências curriculares nacionais da educação profissional de nível técnico. Área profissional: design**. Brasília: E-book, 2000. Disponível em: <portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/design_ref.pdf>. Acesso em 10: de set. de 2016.

MONT'ALVÃO, Cláudia; MORAES, Anamaria de. **Ergonomia: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: A. de Moraes, 2003.

MORAES, Anamaria de. **Design e avaliação de interface: ergodesign e interação humano-computador**. Rio de Janeiro: iUsEr, 2002.

MORAES, Dijon. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

MORAES, Anamaria de. SANTA ROSA, José Guilherme. **Avaliação e projeto no design de interfaces**. 2ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2012.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

ONU. **Relatório do Estado do Voluntariado no Mundo**. 2011. E-book. Disponível em: <<http://www.voluntariado.org.br/sms/files/Relatorio%20O%20Estado%20do%20Voluntariado%20no%20Mundo.pdf>>. Acesso em 28: de out. de 2016.

OSWALD, David. Design de interface para aplicações móveis multi-touch. In BONSIEPE, Gui. **Do material ao digital**. São Paulo: Blucher, 2015.

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World**. Human Ecology and Social Change. 2 ed. Inglaterra: Thames & Hudson, 2011.

PARCEIROS VOLUNTÁRIOS. Disponível em: < www.parceirosvoluntarios.org.br > . Acesso em: 12 de out. de 2016.

PASSOS, J.E; SILVA T.L.K. **Design de Interface do Ambiente Virtual HyperCAL online**. 2010. Disponível em: <<http://www.pgdesign.ufrgs.br/designetecnologia/index.php/det/article/viewFile/51/32>>. Acesso em :15 de out. de 2016.

PINSKY, Jaime e PINSKY, Carla Bassanezi. **História da cidadania**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; trad. Viviane Possamai. **Design de interação: além da interação homem-computador**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

PIQUEIRA, Gustavo. **Morte aos papagaios**. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

RADFAHRER, Luli. **Design/Web/Design:2**. E-book: 2000. Disponível em: <www.luli.com.br/admin/wp-content/uploads/2008/04/dwd2.pdf>. Acesso em: 25 de agosto de 2016.

SEBRAE. **Design Social: impacto positivo para empresa e sociedade**. 2015. Disponível em < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/design-social-impacto-positivo-para-empresa-e-sociedade,d5d4c70e2f57f410 VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 1º de out. de 2016.

SANTAELLA, Lucia. Astúcias do design. **Flusser Studies 21**. 2016. Disponível em: <<http://www.flusserstudies.net/current-issue>> Acesso em 01 de novembro de 2016.

SENADO FEDERAL. **Projeto de lei nº 24 de 2013**. Atividade legislativa. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/112479>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

SESC - Departamento Nacional. **Manual do voluntário**: Mesa Brasil SESC/ Cláudia Márcia Santos Barros (coordenação). Rio de Janeiro: SESC, Departamento Nacional, 2007.

SCHNEIDER, Beat. **Design - Uma introdução**: o design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Blucher, 2010.

TEIXEIRA, Fabrício. O que é Responsive Web Design?. Uxdesign.cc Brasil. 2011. Disponível em: <<https://brasil.uxdesign.cc/o-que-%C3%A9-responsive-web-design-ab292eb616b7>>. Acesso em: 17 de maio de 2017.

_____. Pequenas mentiras que o Instagram conta para melhorar a experiência do usuário. **Blog Arquitetura de Informação**. 2012. Disponível em <www.arquiteturadeinformacao.com/mobile/pequenas-mentiras-que-o-instagram-counta-para-melhorar-a-experiencia-do-usuario/>. Acesso em 10 de setembro de 2016.

TEIXEIRA, João. **Voluntários na Educação, Educamos no Voluntariado**. Corpo Nacional de Escutas - Escutismo Católico Português. 2011. Disponível em: <http://aev2011.cne-escutismo.pt/PDF/EscutismoVoluntariado/CNE/Ser_Volunt%C3%A1rio_Ser_Solid%C3%A1rio.pdf>. Acesso em 29 de outubro de 2016.

UNESCO. **Representação da Unesco no Brasil**. Disponível em: <www.unesco.org>. Acesso em: 12 de outubro de 2016.

WM1. **Kia Soul, o carro design que abriu o mercado do quadrado-arredondado**. 2010. Disponível em: <wm1.com.br/testes/kia-soul-o-carro-design-que-abriu-o-mercado-do-quadrado-arredondado>. Acesso em 20 de agosto de 2016 às 9h53

ZIELINSKI, Wojciech. **How to use colors in UI Design**. PROTOTYPR.IO, 2017. Disponível em: <<https://blog.prototypypr.io/how-to-use-colors-in-ui-design-16406ec06753>>. Acesso em: 17 de maio de 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Questionário da pesquisa exploratória

1 – Profissão:

2 – Qual a sua idade:

() 18 a 24 () 25 a 34 () 35 a 44 () 45 ou +

3 – Em que período você se formou? (exemplo 2016A, 2016B)

4 – Atualmente trabalha na área do design? () Sim () Não

5 - Como você construiu o seu portfólio para iniciar a trabalhar na área?

() Estágio () Trabalhos acadêmicos
() Trabalhos a partir de clientes falso () Trabalhos voluntários
() Não precisei de portfólio () Não trabalho na área
() Outro

6 - Você já realizou algum trabalho voluntário? Se realizou, onde e qual tarefa?

7 - Você já realizou algum trabalho voluntário como designer?

() Sim () Não

8 - Você já buscou alguma oportunidade para ser um voluntário na área de design?

Gostaria de ouvir um pouquinho mais de você. Caso tenha procurado, explique de que forma e se achou. Caso nunca tenha procurado, explique o porquê.

9 - Você teria interesse em se tornar um voluntário por alguma causa social ou alguma causa que você se identifique caso houvessem oportunidades para designers?

() Sim () Não

10 - Você se tornaria um voluntário caso houvessem mais oportunidades e acesso mais facilitado a vagas para designers voluntários?

() Sim () Não

11 - Deseja expressar algo em relação ao tema ou deixar algum comentário?

12 - Caso tenha interesse em se tornar voluntário e acompanhar este projeto, deixe seu e-mail.

11 - E seu nome completo!

APÊNDICE B - Questionário de pesquisa quantitativa.

1 – Idade: () 18 a 24 () 25 a 34 () 35 a 44 () 45 ou +

2 – Período em que iniciou o curso (exemplo 2016A, 2016B)

3 – Atualmente trabalha na área do design?

() Sim () Não

4 – Você possui portfolio de trabalhos de design?

() Sim () Não

5 – Se possui, como você construiu o seu portfólio?

() Estágio () Trabalhos acadêmicos
() Trabalhos a partir de clientes falsos () Trabalhos voluntários
() Não precisei de portfólio () Não trabalho na área
() Outro

6 - Você já realizou algum trabalho voluntário?

() Sim () Não

7 – Se não realizou, por qual motivo?

() Não sei onde buscar trabalho voluntário () Não tenho tempo
() Não tenho interesse () Nunca havia pensado nisso
() Outro

8 – Você faria um trabalho voluntário na área de design?

() Sim () Não

9 – O que você acharia de uma ferramenta que possibilitasse a busca e oferta de trabalho voluntário na área de design?

() Eu usaria () Não usaria () Pra mim seria indiferente

10 – Você acha que com mais trabalhos voluntários na área de design, a profissão seria mais reconhecida e valorizada?

() Sim () Não () Não tenho certeza

APÊNDICE C - Roteiro semiestruturado para entrevista individual.

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM A PARCEIROS VOLUNTÁRIOS

1. Objetivos da instituição
2. De que forma ela se mantém?
3. De que forma vocês buscam voluntários?
4. De que forma a Parceiros Voluntários encaminha os voluntários até as instituições?
5. Como são reconhecidas as necessidades das instituições pela Parceiros Voluntários?
6. De que forma a Parceiros Voluntários encaminha para atividades voluntárias pessoas que chegam com alguma habilidade específica?
7. A instituição já teve alguma experiência com voluntário da área do design ou da área criativa (design, publicidade e comunicação visual).

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM A APAMA

1. Objetivos da instituição.
2. De que forma ela se mantém?
3. De que forma vocês buscam voluntários?
4. Quais são as atividades dos voluntários dentro da instituição?
5. A instituição já teve alguma experiência com voluntário da área do design ou da área criativa (design, publicidade e comunicação visual).

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM VOLUNTÁRIOS

1. Já realizou algum trabalho voluntário na área do *design*?
2. Se sim, de que forma surgiu a oportunidade de se voluntariar?
3. A necessidade foi identificada pela própria instituição?
4. Você notou que houve reconhecimento do benefício da atividade realizada para a instituição?
5. Atualmente, de que forma você buscaria uma oportunidade de trabalho voluntário caso houvesse interesse?
6. Você considera ser essencial ter um *briefing* ou acha que é mais instigante ser desafiado com um problema?
7. Quais os benefícios que o trabalho voluntário lhe trouxe?

APÊNDICE D - Lista de especificações funcionais realizado na fase 1.

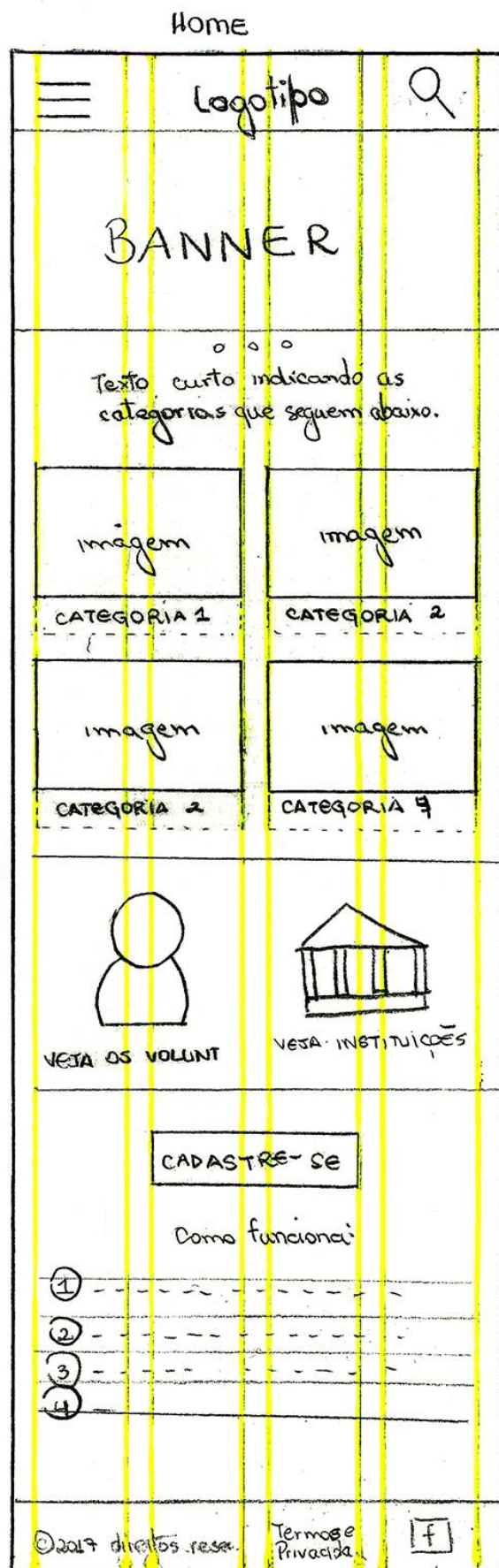
ASPECTOS ERGONÔMICOS E DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	
O QUE:	COMO:
Hierarquia das informações	Disposição das informações na tela conforme princípios dos 4 níveis de lida (2005).
Rapidez nas respostas	Assimilação do conteúdo através de símbolos conforme lida (2005).
Mecanismos de busca	Elaboração de recursos de busca por conteúdo para satisfação do usuário conforme Cañas e Waerns apud lida (2005);
ASPECTOS DE INTERAÇÃO E USABILIDADE	
O QUE:	COMO:
Menus claros e intuitivos	Através da construção de um fluxograma adequado.
Inteligência do sistema e antecipação	Antecipando-se em relação ao erro e prevendo o que poderá acontecer
Mensagens de erro adequadas	Explicando ao usuário o que ocorreu e possibilitando retornar ao momento posterior ao erro.
Metas de usabilidade	Aplicando o questionário das 6 perguntas conforme Preece, Rogers e Sharp (2013).
Metas de experiência do usuário	Considerando os aspectos desejáveis e indesejáveis abordados por Preece, Rogers e Sharp (2013)
Aspectos para inclusão	Uso de cores para daltônicos conforme Braga (2015) e inclusão de recursos para deficientes visuais.
Aspectos econômicos	Gratuidade para os usuários
Aspectos visuais	Coerência, legibilidade, contraste, qualidade e limpeza visual.

APÊNDICE E - Lista de requisitos de conteúdo realizado na fase 1.

AÇÕES PARA O USUÁRIO VOLUNTÁRIO	
O QUE:	COMO:
Busca por vagas	O usuário poderá verificar as oportunidades conforme cadastro pré-realizado pela instituição.
Perfil da instituição	O usuário poderá visualizar o perfil das instituições cadastradas
Candidatar-se a vaga	O usuário poderá candidatar-se a vaga anunciada e realizar o trabalho após a aprovação por parte da instituição.
Edição do perfil	O usuário poderá editar o perfil colocando suas experiências, habilidades e dados pessoais.
Cadastro de portfólio	O usuário poderá expor seu portfólio de peças gráficas, de produto, digitais, entre outros.
Selo de recompensas	Conforme o usuário irá realizando trabalhos voluntários através do site, irá ganhar selos de recompensas. Quanto mais trabalhos realizados, melhor o nível do selo.
Testemunho	O usuário poderá deixar um relato na página da instituição contrando como foi a sua experiência com o trabalho realizado.
Troca de mensagens	O usuário poderá se comunicar com a instituição para tirar dúvidas, enviar os trabalhos para aprovação entre outras necessidades.
AÇÕES PARA O USUÁRIO DE INSTITUIÇÕES	
O QUE:	COMO:
Cadastro de vagas	O usuário poderá cadastrar a vaga relatando a necessidade e briefing do trabalho desejado para a instituição na qual representa.
Aprovação de voluntário	O usuário poderá aprovar e escolher o voluntário que irá trabalhar em seu projeto após os mesmos candidatarem-se previamente na vaga.
Ver perfil do voluntário	O usuário poderá visualizar o perfil completo do voluntário, como dados, portfolio e histórico de trabalhos já realizados.
Edição do perfil	O usuário poderá editar o perfil da instituição a qualquer momento, colocando imagens e dados da instituição.
Confirmação do trabalho	Após o voluntário entregar o trabalho solicitado, o usuário que representante da instituição concluirá o trabalho aberto para assim validar a participação do voluntário e o mesmo ganhar seu selo de recompensa.
Avaliação do voluntário	O usuário poderá avaliar o desempenho do voluntário. Esta avaliação não será disponibilizada ao voluntário. Será apenas para verificação do desempenho dos usuários.
Recomendação	O usuário poderá deixar uma recomendação do voluntário na página do mesmo, estando visível para outros usuários e instituições.
Troca de mensagens	A o usuário poderá enviar mensagem ao voluntário que está realizando o trabalho para a instituição.

APÊNDICE F - Telas de wireframe criadas de forma manual

Home



The Home screen wireframe includes a hamburger menu icon, a logo placeholder, and a search icon. Below these is a large banner area. A text block indicates a short description of categories. The main content is a 2x2 grid of category cards, each with an image placeholder and a category label. At the bottom, there are two icons: a person icon for 'VEJA OS VOLUNT' and a building icon for 'VEJA INSTITUIÇÕES'. A 'CADASTRE-SE' button is positioned above a 'Como funciona:' section, which contains a numbered list (1-4) with dashed lines for text. The footer contains copyright information, a privacy policy link, and a feedback icon.

Logotipo

BANNER

Texto curto indicando as categorias que seguem abaixo.

imagem

CATEGORIA 1

imagem

CATEGORIA 2

imagem

CATEGORIA 2

imagem

CATEGORIA 4

VEJA OS VOLUNT

VEJA INSTITUIÇÕES

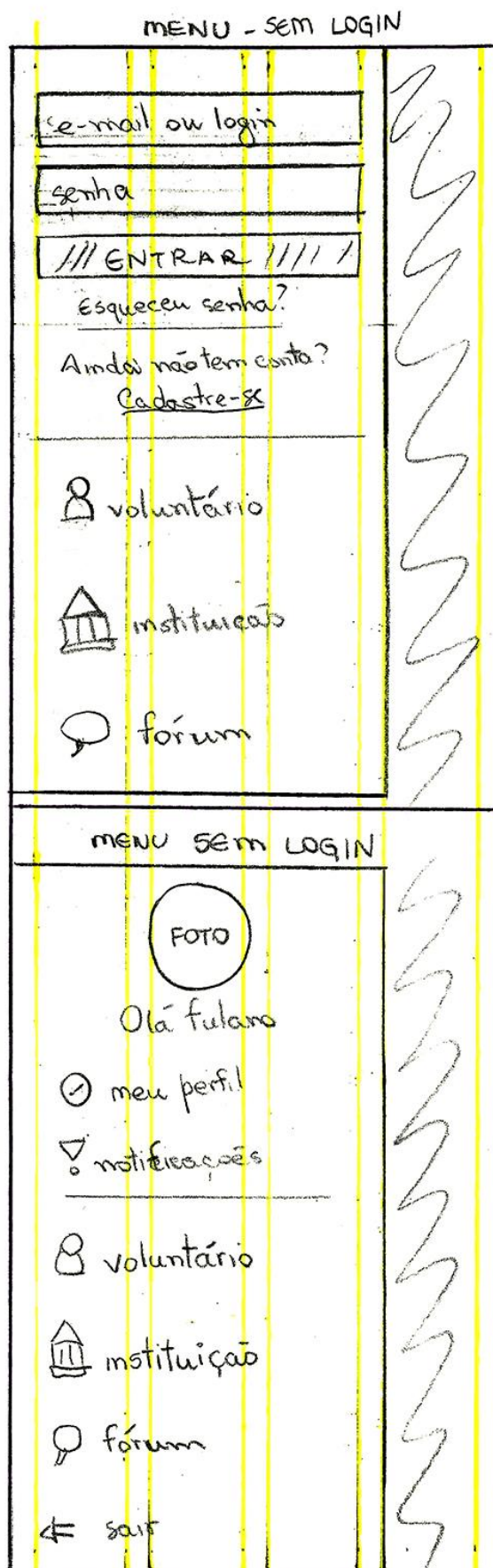
CADASTRE-SE

Como funciona:

- 1
- 2
- 3
- 4

©2017 direitos reservados. Termos e Condições

MENU - SEM LOGIN



The MENU - SEM LOGIN screen wireframe features a login form with fields for 'e-mail ou login' and 'senha', an 'ENTRAR' button, and links for 'Esqueceu senha?' and 'Ainda não tem conta? Cadastre-se'. Below the form are three menu items: 'voluntário', 'instituição', and 'fórum'. A second menu section, titled 'MENU SEM LOGIN', includes a 'FOTO' button, a 'Olá fulano' greeting, and links for 'meu perfil', 'notificações', 'voluntário', 'instituição', 'fórum', and 'sair'.

e-mail ou login

senha

ENTRAR

Esqueceu senha?

Ainda não tem conta? Cadastre-se

voluntário

instituição

fórum

MENU SEM LOGIN

FOTO

Olá fulano

meu perfil

notificações

voluntário

instituição

fórum

sair

PÁGINA "VOLUNTÁRIOS"

BANNER SOBRE VOLUNTÁRIOS

LOCALIZAÇÃO ▼
HABILIDADE ▼

ÚLTIMOS VOLUNTÁRIOS CADASTRADOS:

	Nome completo cidade categoria 1 	VER
	Nome completo cidade categoria 2 	VER
	Nome completo cidade categoria 3 	VER

CARREGAR MAIS

Dúvidas?

Texto explicando que se a pessoa não entendeu ou não sabe que tipo de profissional precisa ela pode ir até o fórum trocar uma ideia com o pessoal.

FÓRUM

Ainda não é cadastrado? [Cadastre-se](#)

© 2017 direitos res. Termos e Privacidade

"VOLUNTÁRIOS" EM FILTRO "LOCALIZAÇÃO"

BANNER SOBRE VOLUNTÁRIOS

LOCALIZAÇÃO ▼
HABILIDADE ▼

Cidades com voluntários cadastrados:

<input type="checkbox"/> Estrela /RS	<input type="checkbox"/> Encantado /RS
<input type="checkbox"/> Lageado /RS	<input type="checkbox"/> Santa Clara /RS
<input type="checkbox"/> Verâncio Aires /RS	

Confirmar

"VOLUNTÁRIOS" EM FILTRO "HABILIDADE"




LOCALIZAÇÃO ▼
HABILIDADE ▼


Selecione a habilidade p/ a qual necessita...

<input type="checkbox"/> CATEGORIA 1	<input type="checkbox"/> CATEGORIA 2
<input type="checkbox"/> CATEGORIA 3	<input type="checkbox"/> CATEGORIA 4
<input type="checkbox"/> CATEGORIA 5	

CONFIRMAR

PERFIL DO VOLUNTÁRIO



FOTO

NOME COMPLETO
LOCALIZAÇÃO
CATEGORIA

★

JÁ RECRUTADO PARA

SOBRE

DEDICAR

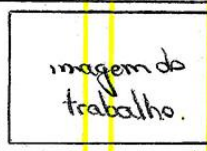


imagem do trabalho

CALENDÁRIO 2016
Apresenta
Categoria 2

★

VER




imagem do trabalho

SITE DA INSTITUIÇÃO
Parceiros voluntários
Categoria 2

VER

CARREGAR MAIS

RECRUTAR

MANDAR MSG

OUTROS TRABALHOS

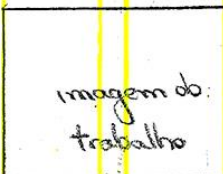


imagem do trabalho




imagem do trabalho

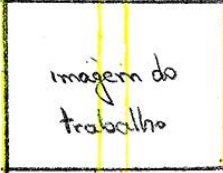


imagem do trabalho




imagem do trabalho




RECRUTAR


© 2017

~

F

APRESENTAÇÃO DO TRABALHO



NOME COMPLETO
Localização

★

SOBRE O PROJETO
texto explicando o que foi o trabalho

~


~

~


~

~

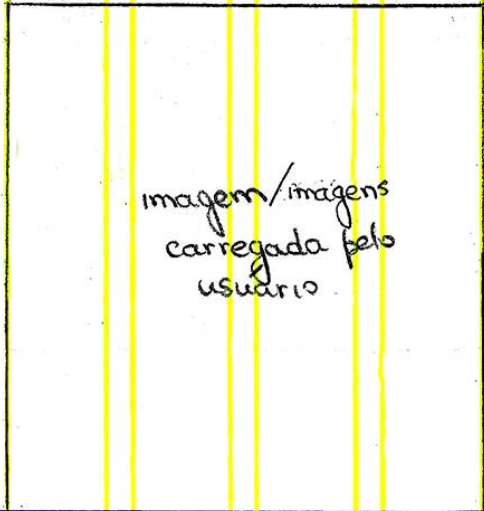
~



icone recrutar






icone mandar mensagem



imagem/imagens carregada pelo usuário

RESPOSTA PARA AÇÃO RECRUTAR
OU MANDAR MENSAGEM:

MENSAGEM

~

~

~

~

~



~

ENVIAR

PÁGINA "INSTITUIÇÕES"

≡ LOGOTIPO Q	
BANNER SOBRE INSTITUIÇÕES	
LOCALIZAÇÃO ▾	CAUSA ▾
ÚLTIMAS INSTITUIÇÕES CADASTRADAS	
Imagem ou logo	NOME DA INST. LOCALIZAÇÃO CAUSA VER
Imagem ou logo	NOME LOCALIZAÇÃO CAUSA VER
Imagem ou logo	NOME LOCALIZAÇÃO CAUSA VER
<u>CARREGAR MAIS</u>	

PÁGINA - PERFIL DA INSTITUIÇÃO

≡ LOGOTIPO Q	
<div>LOGO</div> <div>NOME DA INST. LOCALIZAÇÃO CAUSA</div>	
PRECISA DE PLANO PARA	PLANOS CONCLUIDOS DEPOIMEN.
ARRECADAÇÃO DE FUNDOS PARA CONSTRUÇÃO DE UM NOVO CANIL VER MAIS	 EU TENHO UM PLANO
CAMPANHA PARA NOVOS DOADORES MENSALIS VER MAIS	 EU TENHO UM PLANO
<u>carregar mais</u> <u>MANDAR MENSAGEM</u> SOBRE Texto sobre a instituição, causa, etc.	
<div>Imagem</div>	

PÁGINA "Fórum"

≡	LOGOTIPO	Q
BANNER FÓRUM		
título da dúvida deixe aqui a sua dúvida...		
		PUBLICAR
DÚVIDAS EM ABERTO		
TÍTULO DA DÚVIDA Início da descrição da dúvida... Nome Data		RESPOND.
TÍTULO DA DÚVIDA Início da descrição da dúvida... Nome Data		RESPOND.
CARREGAR MAIS		
DÚVIDAS ENCERRADAS		
TÍTULO Início da descrição da dúvida... Nome Data		
TÍTULO Nome Data		
CARREGAR MAIS		

PÁGINA DE RESPOSTA À DÚVIDA

≡	LOGOTIPO	Q
BANNER		
TÍTULO DA DÚVIDA Descrição da dúvida		
		Nome Data
Respostas		
Nome completo - data		
Responder:		
Deixe aqui a sua resposta		
		PUBLICAR

PÁGINA "MEU PERFIL"

≡

LOGOTIPO

Q

FOTO

editar foto

CATEGORIA

dados pessoais

Nome

Email

Senha

Nascimento

Cidade

sobre

interesse 1

interesse 2

interesse 3

portfólio

imagem

imagem

editar

excluir

editar

excluir

CADASTRAR

depoimentos

recebido de em em.

ver mais

deixado para em

PÁGINA "NOTIFICAÇÕES"

≡

LOGOTIPO

Q

NOTIFICAÇÕES

NOME

MANDEU UMA MSG

DATA

✓

✕

NOME

RESpondeu no fórum

DATA

✓ - LIDA

✕ - APAGAR

NOME

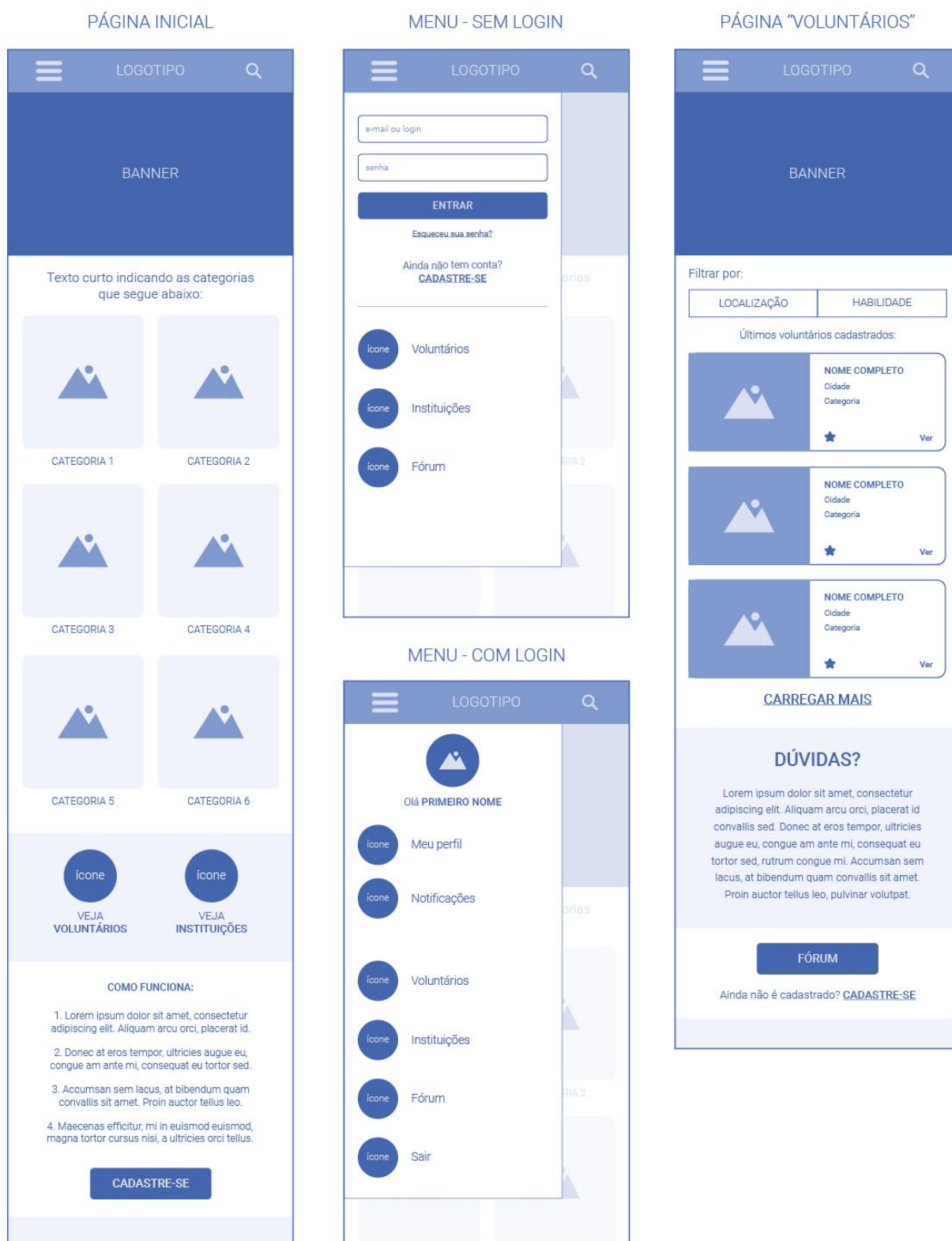
RECRUTOU VOCÊ

DATA

✓

✕

APÊNDICE G - Wireframes para mobile



VOLUNTÁRIOS EM FILTRO
"LOCALIZAÇÃO"

Mobile app interface for filtering volunteers by location. The header includes a menu icon, 'LOGOTIPO', and a search icon. Below the header is a 'BANNER' section. The main content area is titled 'Filtrar por:' and contains two tabs: 'LOCALIZAÇÃO' (selected) and 'HABILIDADE'. Under 'LOCALIZAÇÃO', there is a list of cities with checkboxes: 'Estrela - RS', 'Encantado - RS', 'Lajeado - RS' (checked), 'Santa Clara - RS', and 'Venâncio Aires - RS'. A 'CONFIRMAR' button is at the bottom of the list. Below the list is a section for 'NOME COMPLETO' with fields for 'Cidade' and 'Categoria', a star icon, and a 'Ver' link.

PÁGINA DE PERFIL
DO VOLUNTÁRIO

Mobile app interface for a volunteer's profile. The header includes a menu icon, 'LOGOTIPO', and a search icon. Below the header is a profile section with a circular profile picture, three stars, and the text 'PRIMEIRO NOME', 'Localização', and 'Categoria'. Below this are two buttons: 'RECRUTAR' and 'MANDAR MENSAGEM'. The main content area is titled 'JÁ RECRUTADO PARA:' and contains a large image placeholder. Below the image is the text 'TÍTULO DO TRABALHO', 'Instituição', and 'Categoria'.

PÁGINA DE APRESENTAÇÃO
DO TRABALHO VOLUNTÁRIO

Mobile app interface for a volunteer work presentation. The header includes a menu icon, 'LOGOTIPO', and a search icon. Below the header is a profile section with a circular profile picture, the text 'PRIMEIRO NOME', 'Localização', 'Categoria', and a star icon. Below this is a section titled 'SOBRE O PROJETO:' followed by a paragraph of Lorem Ipsum text. Below the text is a large image placeholder with the text 'Imagem ou imagens carregadas pelo usuário'. At the bottom are two buttons: 'RECRUTAR' and 'MANDAR MENSAGEM'.

VOLUNTÁRIOS EM FILTRO
"HABILIDADE"

Mobile app interface for filtering volunteers by skill. The header includes a menu icon, 'LOGOTIPO', and a search icon. Below the header is a 'BANNER' section. The main content area is titled 'Filtrar por:' and contains two tabs: 'LOCALIZAÇÃO' and 'HABILIDADE' (selected). Under 'HABILIDADE', there is a list of categories with checkboxes: 'Categoria 1', 'Categoria 2' (checked), 'Categoria 3', 'Categoria 4', and 'Categoria 5'. A 'CONFIRMAR' button is at the bottom of the list. Below the list is a section for 'NOME COMPLETO' with fields for 'Cidade' and 'Categoria', a star icon, and a 'Ver' link.

RESPOSTA A AÇÃO
"MANDAR MENSAGEM"

Mobile app interface for responding to a 'Send Message' action. The header includes a menu icon, 'LOGOTIPO', and a search icon. Below the header is a profile section with a circular profile picture, the text 'PRIMEIRO NOME', 'Localização', 'Categoria', and a star icon. Below this is a section titled 'DESTINATÁRIO:' followed by a large text input area with the placeholder text 'Deixe aqui a sua mensagem...'. At the bottom is a 'MANDAR MENSAGEM' button.

PÁGINA "INSTITUIÇÕES"

LOGOTIPO

BANNER

Filtrar por:

LOCALIZAÇÃO

CAUSA

Últimas instituições cadastradas:

NOME DA INSTITUIÇÃO
Localização
Causa

Ver

NOME DA INSTITUIÇÃO
Localização
Causa

Ver

NOME DA INSTITUIÇÃO
Localização
Causa

Ver

CARREGAR MAIS

DÚVIDAS?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat id convallis sed. Donec at eros tempor, ultricies augue eu, congue am ante mi, consequat eu tortor sed, rutrum congue mi. Accumsan sem lacus, at bibendum quam convallis sit amet. Proin auctor tellus leo, pulvinar volutpat.

FÓRUM

Ainda não é cadastrado? [CADASTRE-SE](#)

PÁGINA DE APRESENTAÇÃO DO TRABALHO VOLUNTÁRIO

LOGOTIPO

NOME DA INSTITUIÇÃO
Localização
Causa

MANDAR MENSAGEM

Necessita de um plano para:

ARRECADAÇÃO DE FUNDOS
Necessitamos de um plano para arrecadação de fundos para um novo canal.

icone

Eu tenho um plano!

Ver mais

ARRECADAÇÃO DE FUNDOS
Necessitamos de um plano para arrecadação de fundos para um novo canal.

icone

Eu tenho um plano!

Ver mais

CARREGAR MAIS

MANDAR MENSAGEM

AJUDAR

SOBRE A INSTITUIÇÃO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat id convallis sed. Donec at eros tempor, ultricies augue eu, congue am ante mi, consequat eu tortor sed, rutrum congue mi. Accumsan sem lacus, at bibendum quam convallis sit amet. Proin auctor tellus leo, pulvinar.

Nome do voluntário em xx/xx
"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat"

PÁGINA "FÓRUM"

LOGOTIPO

BANNER

Título da dúvida ou mensagem...

Escreva aqui a sua mensagem...

PÚBLICAR

Discussões em aberto:

TÍTULO
Início da descrição sobre o tópico discutido...

icone

Nome
Data

Responder

TÍTULO
Início da descrição sobre o tópico discutido...

icone

Nome
Data

Responder

CARREGAR MAIS

Discussões encerradas:

TÍTULO
Início da descrição sobre o tópico discutido...

Nome
Data

CARREGAR MAIS

Ainda não é cadastrado? [CADASTRE-SE](#)

PÁGINA DE RESPOSTA
À DÚVIDA

LOGOTIPO

BANNER

Nome completo

Data

TÍTULO DA DÚVIDA OU DISCUSSÃO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat id convallis sed. Donec at eros tempor, ultricies augue eu, congue am ante mi, consequat eu tortor sed, rutrum congue mi. Accumsan sem lacus, at bibendum.

Nome completo

Data

Respondeu:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat id convallis sed. Donec at eros tempor, ultricies augue eu, congue am ante mi, consequat eu tortor sed, rutrum congue mi. Accumsan sem lacus, at bibendum.

Responder:

Escreva aqui a sua mensagem...

PUBLICAR

PÁGINA “MEU PERFIL”

LOGOTIPO

Editar foto

Editar categoria

Editar dados pessoais

Nome completo

E-mail

Senha

Nascimento

Cidade

Editar sobre

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat id convallis sed. Donec at eros tempor, ultricies augue eu, congue am ante mi, consequat eu tortor sed, rutrum congue mi. Accumsan sem lacus, at bibendum quam convallis sit amet.

INTERESSE 1

INTERESSE 2

INTERESSE 3

Editar portfólio

editar

excluir

editar

excluir

CADASTRAR

Editar depoimentos recebidos

ok

Nome da instituição em xx/xx

excluir

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam arcu orci, placerat id sed...

PÁGINA “NOTIFICAÇÕES”

LOGOTIPO

BANNER

Nome do voluntário

Respondeu no fórum

Data

lido

excluir

Nome do voluntário

Respondeu no fórum

Data

lido

excluir

Nome do voluntário

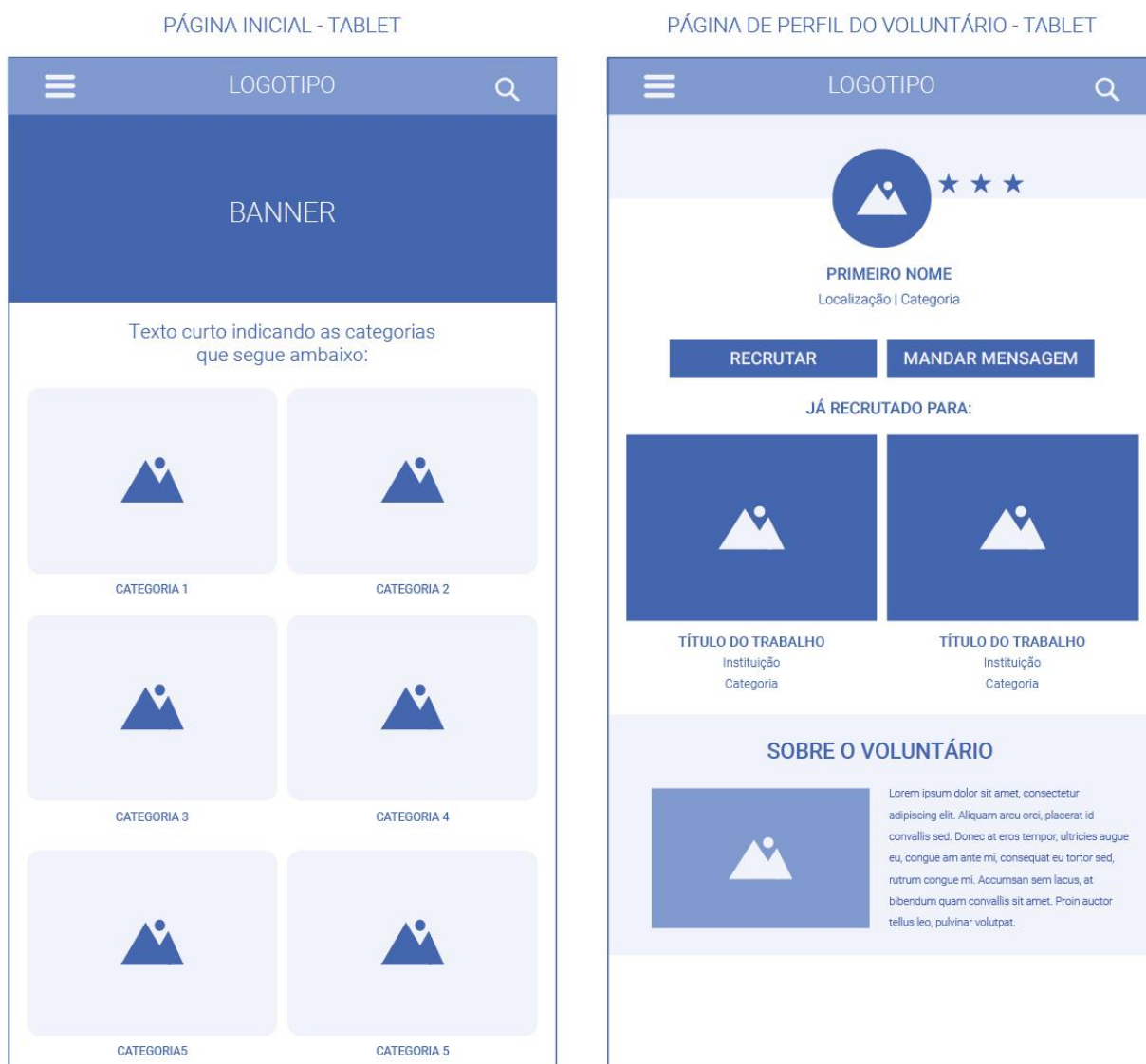
Respondeu no fórum

Data

lido

excluir

APÊNDICE H - Wireframes para desktop e tablet



PÁGINA "FÓRUM" - TABLET

LOGOTIPO

BANNER

Título da dúvida ou mensagem...

Escreva aqui a sua mensagem...

PUBLICAR

Discussões em aberto:

TÍTULO

Início da descrição sobre o tópico discutido...

ícone

Nome
Data

Responder

TÍTULO

Início da descrição sobre o tópico discutido...

ícone

Nome
Data

Responder

CARREGAR MAIS

Discussões encerradas:

TÍTULO

Início da descrição sobre o tópico discutido...

Nome
Data

PÁGINA INICIAL - DESKTOP

LOGOTIPO

voluntário

instituição

fórum

entrar

BANNER

Texto curto indicando as categorias que segue abaixo:

CATEGORIA 1

CATEGORIA 2

CATEGORIA 3

CATEGORIA 4

CATEGORIA 5

CATEGORIA 6

ícone

INSTITUIÇÕES

Encontre instituições para você se voluntariar

ícone

INSTITUIÇÕES

Encontre instituições para você se voluntariar

COMO FUNCIONA:

1

2

3

4

1

1

2

3

4

2

1

2

3

4

3

1

2

3

4

4

1

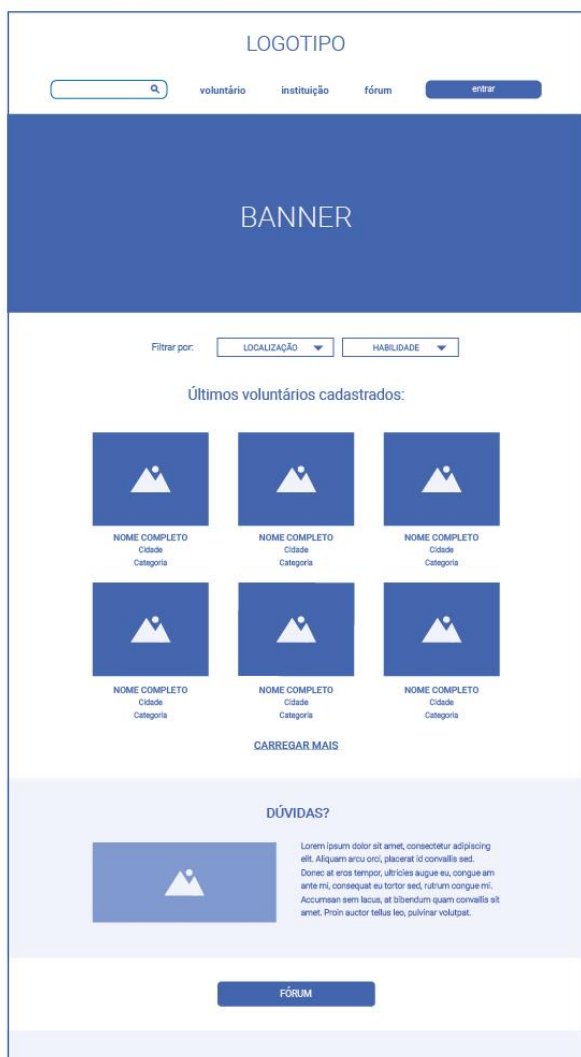
2

3

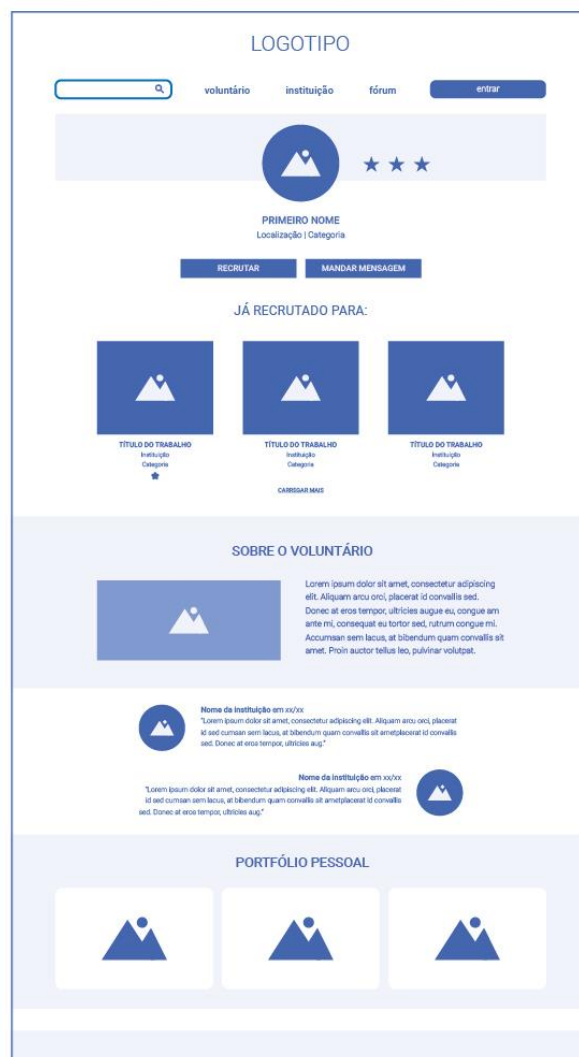
4

CADASTRE-SE

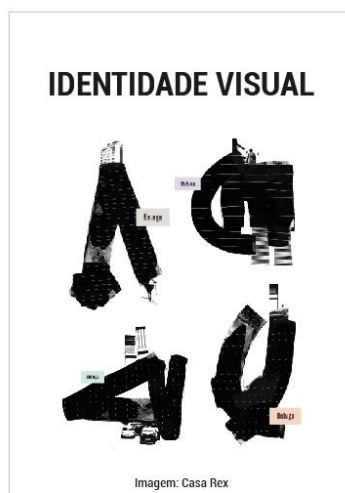
PÁGINA "VOLUNTÁRIOS" - DESKTOP



PÁGINA DE PERFIL DO VOLUNTÁRIO - DESKTOP



APÊNDICE I - Cartões aplicados na técnica de *cardsorting*.



FOLHETO IMPRESSO (CATÁLOGO, FOLDER, FLYER)



Imagem: printi.com.br

ENCARTE DE OFERTAS



Imagem: Agência Elefante CW

DIAGRAMAÇÃO (REVISTA, JORNAL)

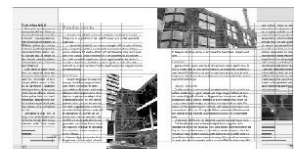


Imagem: Blog Chocola Design

CAIXAS E EMBALAGENS



Imagem: embalagenssustentavel.com.br

PROJETO DE EMBALAGEM



Imagem: Natura

criação de MÓVEL

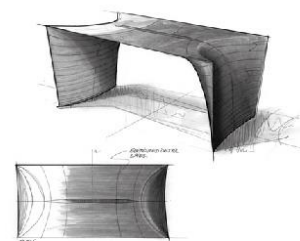


Imagem: www.talk.arkpad.com.br

MODELAGEM E RENDERIZAÇÃO 3D



Imagem: Freepik

TROFÉU OU MEDALHA



Imagem: K2 Troféus

UNIFORME E VESTUÁRIO



Imagem: Profissional Uniformes

PROJETO DE AMBIENTE

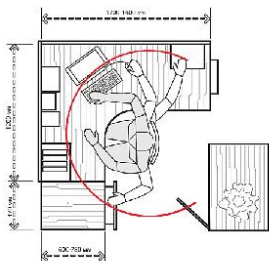


Imagem: conceptdiagram.tumblr.com

ARTE PARA QUADRO



Imagem: Imaginarium

COMUNICAÇÃO VISUAL PARA FACHADA



Imagem: www.modelosdefachadas.blogspot.com.br

PLACAS E SINALIZAÇÕES



Imagem: Urucum Design

DISPLAY DE MESA PROMOCIONAL



Imagem: www.freeshop.com.br

PRODUTO PARA ACESSIBILIDADE



Imagem: Loja Humanos

SOLUÇÃO EM SERVIÇO



Imagem: Freepik

NEWSLETTER DE EMAIL



Imagem: Freepik

POSTAGEM PARA REDES SOCIAIS



Imagem: sketchapp

CRIAÇÃO DE SITE



Imagem: line25.com

ARTE PARA OUTDOOR



Imagem: apostrofobico

BANNER



Imagem: futuraimbativei

CONVITE



Imagem: www.papeleestilo.com.br/

APÊNDICE J - Telas finais para mobile




PÁGINA INICIAL - PARTE I




PÁGINA INICIAL - PARTE II



PÁGINA VOLUNTÁRIOS - PARTE I









Filtrar por:


LOCALIZAÇÃO ▼
HABILIDADES ▼

Últimos voluntários cadastrados:





JOSÉ DA SILVA
Lajeado
Publicidade e design







RITA CAROLINA
Venâncio Aires
Publicidade e design






RAFAEL SOUZA
Estrela
Publicidade e design





DÉBORA SEIBERT
Lajeado
Publicidade e design



PÁGINA VOLUNTÁRIOS - PARTE II

CARREGAR MAIS



DÚVIDAS?

Ainda está com dúvidas e não sabe por onde começar? Vá até o fórum e inicie um bate papo com os demais usuários.

FÓRUM

Ainda não é um usuário cadastrado?

CADASTRE-SE

bem
COLETIVO
2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

FILTRO DE BUSCA

Filtrar por:

LOCALIZAÇÃO ▼
HABILIDADES ▼

Cidades com voluntários cadastrados: x

☐ Estrela - RS
☐ Encantado - RS

☐ Lajeado - RS
☐ Santa Clara - RS

☐ Venâncio Aires - RS

SELECIONAR








JOSÉ DA SILVA
Lajeado



RITA CAROLINA
Venâncio Aires

PÁGINA DE PERFIL VOLUNTÁRIOS - PARTE I







DÉBORA SEIBERT
 Lajeado
 Identidade visual

[RECRUTAR](#)
[MENSAGEM](#)

Já recrutado para:




Outdoor promocional
Ajudantes da esperança



Folder institucional
Parceiros ajudantes

[CARREGAR MAIS](#)

PÁGINA DE PERFIL VOLUNTÁRIOS - PARTE II




SOBRE O VOLUNTÁRIO


Sou uma pessoa alegre e bastante comprometida em tudo que faço. Atualmente estudo design na instituição Univates, no sexto semestre. Trabalho com design e comunicação há 5 anos. Gosto de ouvir música, viajar, dançar, desenhar e passear com meu cachorro.

Depoimentos

Think brain power em 14 de abril de 2017
 "Adoramos o trabalho da Débora. Dedicada e preocupada em atender as necessidades conforme especificadas por nós."

Portfólio pessoal:





[CARREGAR MAIS](#)

[RECRUTAR](#)

AVISO - SOMENTE CADASTRADOS

Mobile app interface for login and registration. The header shows the 'bem COLETIVO' logo and a search icon. Below the header, there's a red banner with the text 'Ainda não tem conta? CADASTRE-SE'. Underneath, there are two input fields: 'email ou login' and 'senha' (password), with the password field containing the text 'DÉBORA SEIBERT'. Below the input fields is an orange button labeled 'ENTRAR'. At the bottom, there's a link 'Esqueceu sua senha?' and a footer with the text 'Já recrutado para:'.

CONFIRMAÇÃO DE MENSAGEM ENVIADA

Mobile app interface for message confirmation. The header shows the 'bem COLETIVO' logo and a search icon. Below the header, there's a red banner with the text 'MENSAGEM ENVIADA!'. Underneath, there's a section titled 'SUA MENSAGEM FOI ENVIADA!' followed by a paragraph: 'Assim que o usuário responder você será notificado via e-mail. Você também poderá conferir se sua mensagem foi respondida acessando o item notificações dentro do menu ou clicando abaixo.' Below this text is an orange button labeled 'NOTIFICAÇÕES'. At the bottom, there's a footer with the text 'bem COLETIVO 2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS'.

PÁGINA DE MENSAGEM

Mobile app interface for the message page. The header shows the 'bem COLETIVO' logo and a search icon. Below the header, there's a red banner with the text 'DESTINATÁRIO:'. Underneath, there's a profile card for 'DÉBORA SEIBERT' with a circular profile picture, the name 'DÉBORA SEIBERT', and the text 'Lajeado Identidade visual'. Below the profile card is a large text input field with the placeholder text 'Digite aqui a sua mensagem...'. At the bottom right of the input field is an orange button labeled 'MANDAR'. At the bottom, there's a footer with the text 'bem COLETIVO 2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS'.

CONFIRMAÇÃO DE USUÁRIO RECRUTADO

Mobile app interface for user recruitment confirmation. The header shows the 'bem COLETIVO' logo and a search icon. Below the header, there's a red banner with the text 'USUÁRIO RECRUTADO!'. Underneath, there's a section titled 'SUA SOLICITAÇÃO FOI ENVIADA!' followed by a paragraph: 'O usuário receberá uma notificação via e-mail informando que ele foi recrutado. Ele poderá aceitar ou negar o pedido. Você será informado via e-mail ou poderá conferir acessando o item notificações dentro do menu ou clicando abaixo.' Below this text is an orange button labeled 'NOTIFICAÇÕES'. At the bottom, there's a footer with the text 'bem COLETIVO 2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS'.

FÓRUM







FÓRUM

PUBLICAR

Discussões em aberto:

Tipo de voluntário
 Olá, necessito de voluntário para criar um calendário para a instituição a qual presto serviços. Estou em dúvida do tipo de voluntário que devo contatar.



José da Silva
 Instituição
 13/05/2017

RESPONDER

Voluntário para coletivo
 Olá, procuro voluntário para trabalhar em um projeto coletivo para instituição...




Rafael Alves
 Voluntário
 13/05/2017

RESPONDER

CARREGAR MAIS


 2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

DISCUSSÃO EM FÓRUM







FÓRUM



José da Silva
 Instituição
 13/05/2017

Tipo de voluntário
 Olá, necessito de voluntário para criar um calendário para a instituição a qual sou gestor. Pensamos em realizar uma sessão de fotos com animais abandonados e precisamos de alguém que nos ajude a fazer este projeto sendo um ou mais voluntários. Que tipo de profissional devo buscar?



Rita Carolina
 Voluntário

Respondeu em 14/05/2017
 Olá, José da Silva.
 Para este caso sugiro que procure um profissional da área de publicidade e design. Estou a disposição para lhe ajudar.






José da Silva
 Instituição


Respondeu em 14/05/2017
 Olá, Rita Carolina.
 Obrigado pela sua ajuda.
 Vou recrutar você, espero que aceite. Se quiser saber mais sobre o projeto, por favor, me mande uma mensagem.

PUBLICAR


 2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

DISCUSSÃO EM FÓRUM INICIADA PELO USUÁRIO



FÓRUM



Tipo de voluntário
Olá, necessito de voluntário para criar um calendário para a instituição a qual sou gestor. Pensamos em realizar uma sessão de fotos com animais abandonados e necessitamos de alguém que nos ajude a fazer este projeto sendo um ou mais voluntários. Que tipo de profissional devo buscar?

Ainda não há respostas para essa discussão.

Participe dessa discussão:


Digite aqui o título da sua mensagem...

Digite aqui a sua mensagem...

PUBLICAR


Discussões em aberto:

Tipo de voluntário
Olá, necessito de voluntário para criar um calendário para a instituição a qual presto serviços. Estou em dúvida do tipo de voluntário que devo contatar.






José da Silva
Instituição
13/05/2017


RESPONDER




2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

PÁGINA DE NOTIFICAÇÕES









NOTIFICAÇÕES




Ajuda animais
Mandou uma mensagem
15/05/2017 às 14h45



Rafael Souza
Respondeu no fórum
23/04/2017 às 16h03



Rita Carolina
Recrutou você
04/04/2017 às 10h24



2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

NOTIFICAÇÃO POR USUÁRIO







Seu histórico de notificações com
AJUDA ANIMAIS

12 de maio de 2017 às 22h45

Olá, necessitamos de voluntário para criar um calendário para a instituição a qual sou gestor.

13 de maio de 2017 às 10h03

Olá, estou disponível e vou adorar ajudar vocês com este trabalho!

13 de maio de 2017 às 15h03



Você foi recrutado!

Você acaba de ser recrutado para um projeto Bem Coletivo. Confirme se você está disponível para ajudar.

Digite aqui a sua mensagem...



2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

RECRUTAMENTO







Seu histórico de notificações com
AJUDA ANIMAIS

12 de maio de 2017 às 22h45

Olá, necessitamos de voluntário para criar um calendário para a instituição a qual sou gestor.

13 de maio de 2017 às 10h03

Olá, estou disponível e vou adorar ajudar vocês com este trabalho!

13 de maio de 2017 às 15h03



Você foi recrutado!

Você acaba de ser recrutado para um projeto Bem Coletivo. Confirme se você está disponível para ajudar.

Recrutamento aceito!

13 de maio de 2017 às 15h03

O email do usuário é nome@email.com. Entre em contato para iniciar o projeto Bem Coletivo. Ao finalizar, deixe um depoimento contando sua experiência.


Digite aqui a sua mensagem...



2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

PÁGINA INSTITUIÇÕES - PARTE I







INSTI TUI ÇÕES

Filtrar por:

LOCALIZAÇÃO ▼
CAUSA ▼

Últimas instituições cadastradas:




PARCEIROS AJUDA
Lajeado
Lar de passagem

FAZER O BEM
Estrela
Lar de passagem




MÃO AMIGA
Lajeado
Alcoolicos Anônimos

AJUDA ANIMAIS
Encantado
Animais abandonados

PÁGINA INSTITUIÇÕES - PARTE II



DÚVIDAS?

Ainda está com dúvidas e não sabe por onde começar? Vá até o fórum e inicie um bate papo com os demais usuários.

FÓRUM

Ainda não é um usuário cadastrado?

CADASTRE-SE

bem
COLETIVO
2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

PERFIL INSTITUIÇÕES - PARTE I







AJUDA ANIMAIS
 Encantado
 Animais abandonados

MENSAGEM

Precisa de planos para:

Calendário 2018
 Precisamos de um plano para criação de calendário do ano 2018.


 Eu tenho um plano

Folder institucional
 Precisamos de voluntário para criar um folder institucional.


 Eu tenho um plano

[CARREGAR MAIS](#)

PERFIL INSTITUIÇÕES - PARTE II



SOBRE A INSTITUIÇÃO

Somos uma ONG localizada no interior da cidade de Encantado. Atualmente temos 300 animais em nosso abrigo e buscamos voluntários para nos ajudar nesta causa. Nosso objetivo é conscientizar a população sobre o abandono de animais e diminuir o número de cães abandonados nas ruas.

Depoimentos

Debora Seibert em 14 de abril de 2017
 "Adorei o trabalho trabalhar para essa instituição. Dedicados e preocupados com a causa para a qual prestam serviço."






VER GALERIA

AJUDAR


bem
COLETIVO

 2017 - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

MENSAGEM À INSTITUIÇÃO



DESTINATÁRIO:




AJUDA ANIMAIS
Encantado
Animais abandonados

Digite aqui a sua mensagem...

MANDAR

CONFIRMAÇÃO DE AJUDA DE VOLUNTÁRIO



AJUDA OFERECIDA!

SUA SOLICITAÇÃO FOI ENVIADA!

O usuário receberá uma notificação via e-mail informando que sua ajuda foi oferecida..
Ele poderá aceitar ou negar o pedido.
Você será informado via e-mail ou poderá conferir acessando o item notificações dentro do menu ou clicando abaixo.

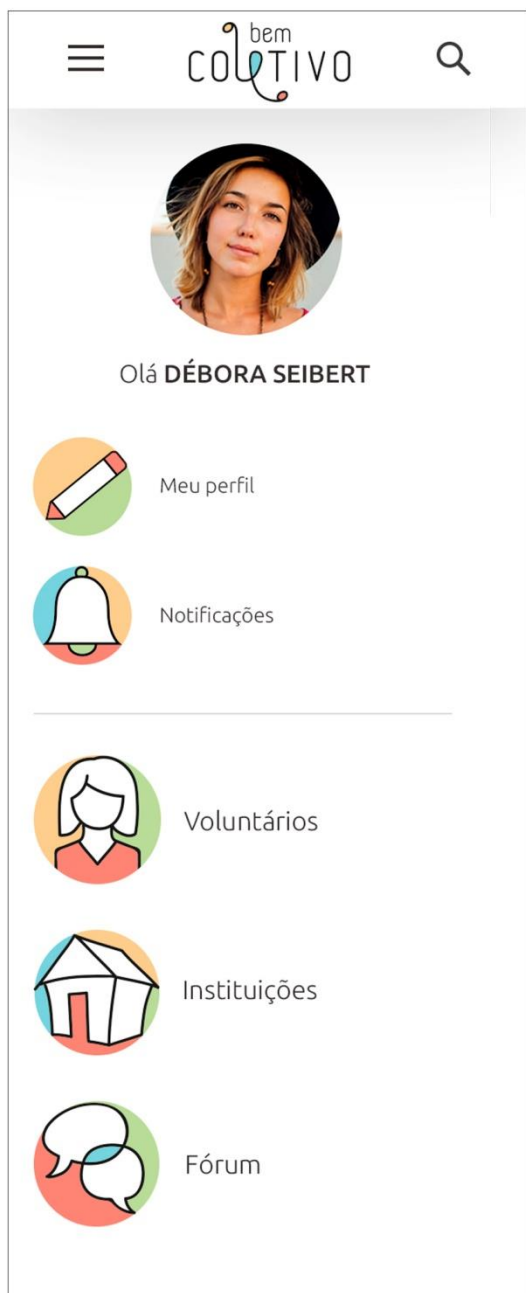
NOTIFICAÇÕES

NÃO ESQUEÇA!

Você ainda pode recrutar outros usuários para fazer parte de um Bem Coletivo.

VER VOLUNTÁRIOS

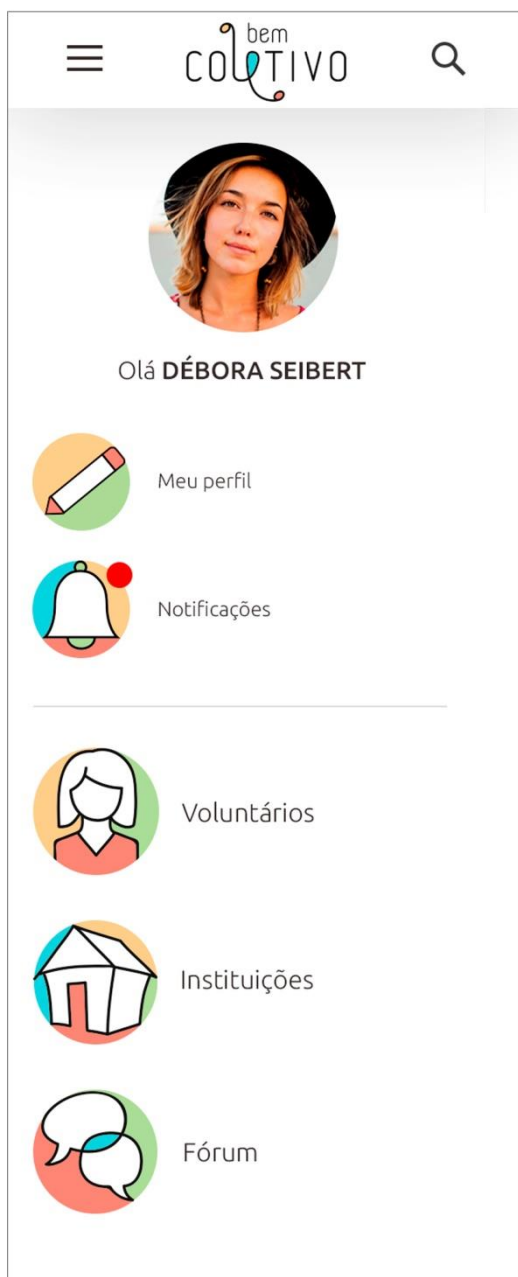
MENU COM LOGIN



MENU SEM LOGIN



MENU COM NOTIFICAÇÃO



INTERAÇÃO NA PÁGINA INICIAL

